

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran hubungan antar variabel dengan menggunakan data berupa angka yang dapat dianalisis secara statistik.

Penelitian asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, variabel bebas (independen) terdiri dari kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan ulasan konsumen (X_3), sedangkan variabel terikat (dependen) adalah kepuasan konsumen (Y).

Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, dan ulasan konsumen terhadap kepuasan konsumen dalam belanja online produk skincare halal merek Y.O.U di kalangan Generasi Z di Kota Bengkulu, baik secara parsial maupun simultan.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini direncanakan dilaksanakan 5 bulan. Lokasi penelitian berada di Kota Bengkulu, karena kota ini memiliki populasi Generasi Z yang aktif dalam aktivitas belanja online,

termasuk pembelian produk skincare halal melalui platform e-commerce maupun media social.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z (Umur 15- 24) yang berdomisili di Kota Bengkulu dan pernah membeli produk skincare halal merek Y.O.U secara online. Menurut data BPS Kota Bengkulu Jumlah penduduk di Kota Bengkulu tercatat 394,19 ribu jiwa data per 2024.⁷⁰ Berikut ini jumlah penduduk menurut umur di Kota Bengkulu pada Juni 2024 bersumber dari publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) :

1. Umur 0-4 tahun 27,93 ribu jiwa (7,09%)
2. Umur 5-9 tahun 36,35 ribu jiwa (9,22%)
3. Umur 10-14 tahun 36,31 ribu jiwa (9,21%)
4. Umur 15-19 tahun 29,26 ribu jiwa (7,42%)
5. Umur 20-24 tahun 32,71 ribu jiwa (8,3%)
6. Umur 25-29 tahun 34,26 ribu jiwa (8,69%)
7. Umur 30-34 tahun 33,58 ribu jiwa (8,52%)
8. Umur 35-39 tahun 32,98 ribu jiwa (8,37%)
9. Umur 40-44 tahun 30,47 ribu jiwa (7,73%)
10. Umur 45-49 tahun 26,34 ribu jiwa (6,68%)

⁷⁰ Agus Dwi Darmawan, 'Jumlah Penduduk Kota Bengkulu 394,19 Ribu Jiwa Data per 2024', 2024
<<https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/800493ce026c3fd/jumlah-penduduk-kota-bengkulu-394-19-ribu-jiwa-data-per-2024>>.

11. Umur 50-54 tahun 21,52 ribu jiwa (5,46%)
12. Umur 55-59 tahun 18,95 ribu jiwa (4,81%)
13. Umur 60-64 tahun 14,76 ribu jiwa (3,74%)
14. Umur 65-69 tahun 9,79 ribu jiwa (2,48%)
15. Umur 70-74 tahun 4,98 ribu jiwa (1,26%)
16. Umur lebih dari 75 tahun 4,01 ribu jiwa (1,02%)

Dari data di atas diambil jumlah populasi sebanyak 61.970 berdasarkan umur Gen Z di Kota Bengkulu.

2. Tekni Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel tersebut sebagai perwakilan, harus mempunyai sifat-sifat atau ciri-ciri yang terdapat pada populasi.⁷¹ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis metode non probability sampling yang akan dipakai adalah purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu.⁷²

Pemilihan sampel dengan metode non probability, artinya elemen dalam populasi dipilih sebagai subjek

⁷¹ P Dr Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd', *ALFABETA*, Cv, 2019.

⁷² Sugiyono.

sampel yang tidak diketahui. Pengambilan sampel dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu.

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian melalui belanja online di Kota Bengkulu. Jumlah Gen Z di Kota Bengkulu yang tercatat di BPS sekitar 61.970 orang. Pada penelitian ini memiliki batas toleransi error sebanyak 10%. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2018), ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 responden. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling.⁷³

D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan

1. Sumber Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner/angket kepada konsumen yang berdomisili di Kota Bengkulu. Kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi terkait variabel-variabel penelitian secara terukur sehingga dapat dianalisis secara kuantitatif.

⁷³ P Dr Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd', *ALFABETA, Cv*, 2018.

2. Sumber Sekunder

Data yang diperoleh dari berbagai sumber pustaka yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian terdahulu, artikel, serta data yang tersedia dari pihak lain terkait dengan topik penelitian. Data sekunder ini berfungsi untuk memperkuat landasan teori, mendukung analisis, serta membandingkan temuan penelitian dengan hasil studi sebelumnya.

E. Variabel dan Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

1. Variabel Independen (X)

- a. X_1 : Kualitas Produk
- b. X_2 : Harga
- c. X_3 : Ulasan Konsumen

2. Variabel Dependen (Y)

Table 2Tabel 3.2 Definisi Indikator

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas produk (X1)	Kualitas produk adalah sebagai Gambaran langsung dari suatu produk seperti kinerja,	1. Daya Tahan 2. Keistimewaan 3. Keandalan 4. Kesesuaian dengan

	keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika dan sebagainya	spesifikasi estetika produk
Harga (X2)	Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk.	1. Jangkauan harga dengan daya beli konsumen 2. Daya saing harga dengan produk sejenis 3. Kesesuaian harga dengan kualitas
Ulasan Konsumen (X3)	Ulasan produk adalah tanggapan atau evaluasi konsumen mengenai suatu produk berdasarkan pengalaman penggunaan, yang memengaruhi keputusan dan kepuasan pembelian.	1. Ketersediaan ulasan. 2. Kejelasan isi ulasan. 3. Kredibilitas reviewer. 4. Kesesuaian ulasan dengan realita produk.

Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang diterima dengan harapan mereka	1. Kepuasan keseluruhan terhadap produk. 2. Kesesuaian antara harapan dengan realita produk. 3. Keinginan untuk membeli ulang (loyalitas). 4. Kesiediaan merekomendasikan produk kepada orang lain.
-----------------------	---	--

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data responden, seperti:

- a. Profil responden (usia, jenis kelamin, status, dll.).
- b. Distribusi jawaban responden terhadap setiap item pertanyaan.

Hasil analisis ini biasanya disajikan dalam bentuk tabel, diagram, atau persentase.

2. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum data dianalisis lebih lanjut, instrumen (kuesioner) diuji terlebih dahulu:

- a. Uji Validitas → digunakan untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Biasanya dengan uji korelasi Pearson Product Moment. Item dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 0,05).
- b. Uji Reliabilitas → digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden. Dilakukan dengan uji Cronbach Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

3. Uji Asumsi Klasik

Karena menggunakan regresi linier berganda, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik agar hasil regresi tidak bias:

- a. Uji Normalitas → untuk memastikan data berdistribusi normal. Biasanya dengan Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk (jika $> 0,05$ berarti data normal).
- b. Uji Multikolinearitas → untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel independen. Dilihat dari nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , berarti tidak ada multikolinearitas.

- c. Uji Heteroskedastisitas → untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian residual. Biasanya dengan uji Glejser atau scatterplot. Jika nilai signifikansi > 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen (X_1 : kualitas produk, X_2 : harga, X_3 : ulasan konsumen) terhadap variabel dependen (Y : kepuasan konsumen).

Model regresinya:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

- a. Y = Kepuasan Konsumen
- b. a = Konstanta
- c. b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi
- d. X_1 = Kualitas Produk
- e. X_2 = Harga
- f. X_3 = Ulasan Konsumen
- g. e = Error

5. Uji Hipotesis

- a. Uji t (Parsial) → untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan konsumen. Jika nilai sig. < 0,05 maka hipotesis diterima.
- b. Uji F (Simultan) → untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh

terhadap kepuasan konsumen. Jika nilai sig. $< 0,05$ maka hipotesis diterima.

- c. Koefisien Determinasi (R^2) $\rightarrow$ untuk mengetahui seberapa besar kontribusi kualitas produk, harga, dan ulasan konsumen terhadap kepuasan konsumen. Semakin mendekati 1 berarti pengaruhnya semakin besar.

6. Pengolahan Data

Seluruh proses pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

