

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah peta yang menguraikan bagaimana jalan suatu penelitian yang akan dilakukan. Hal ini merupakan strategi yang menjelaskan perkiraan mana yang harus dihitung, bagaimana harus dihitung, serta bagaimana harus ditingkatkan dan divalidasi (Sudirjo *et al.*, 2023). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Kuantitatif adalah data kualitatif dalam bentuk angka atau data (Lijan Sinabela, 2021).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif melalui survei yang memiliki sifat deksriptif. Survei yang dilakukan berbentuk kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data didalamnya menyajikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memberikan wawasan tentang fenomena atau realitas sosial dengan menggambarkan variabel yang diteliti (Riyanto & Hatmawan, 2020).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Untuk mengetahui citra merek produk dan variabel kualitas produk terhadap minat beli Wardah kosmetik, penelitian ini akan dilakukan pada konsumen yang berminat dengan Wardah Kosmetik di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta kampus 1 dan 2 Kec. Gamping, Kab. Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan atas dasar

pra-survei terhadap mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, sebesar 60 orang yang menyatakan bahwa pernah membeli produk Wardah kosmetik. Disisi lain memilih penelitian pada lingkup Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta karena dilihat dari riwayat judul penelitian yang berada pada lampiran daftar mahasiswa dalam pengajuan judul belum menemukan yang melakukan penelitian mengenai minat beli produk Wardah kosmetik dengan faktor citra merek dan kualitas produk serta dapat menghemat waktu.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang akan dilakukan telah terjadwal sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	Bulan						
		Februari	Ma ret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Pengajuan Judul							
2.	Penyusunan Proposal							
3.	Seminar Proposal							
4.	Revisi							
5.	Pengumpulan Data							
6.	Analisis Data							
7.	Penelitian Laporan							

8.	Sidang Skripsi							
----	----------------	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

3.3 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini mengandung beberapa variabel yang berhubungan. Dalam penelitian ini hanya citra merek dan kualitas produk yang digunakan sebagai variabel terikat, sedangkan niat beli sebagai variabel bebas.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Citra Merek	Citra merek merupakan kepercayaan seseorang atau persepsi pada suatu merek tersebut (Ramlawati, 2020).	1. Kekuatan 2. Keunikan 3. Keunggulan	Skala Likert
Kualitas Produk	Kualitas produk merupakan sesuatu hal penting untuk dijaga agar industri tidak kehilangan konsumen dan reputasi perusahaan terjaga dengan baik (Triyana, 2022).	1. Kinerja 2. Fitur 3. Kesesuaian 4. Ketahanan 5. Keandalan 6. Kemampuan melayani 7. Estetika/keindahan 8. Kesan/kualitas 9. Ramah lingkungan	Skala Likert
Minat Beli	Minat beli adalah sikap konsumen dalam menunjukkan komitmennya untuk membeli. Kebutuhan dan keinginan konsumen akan barang serta jasa berubah dari waktu ke waktu dan memengaruhi perilaku mereka saat membeli	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif	Skala Likert

	produk (Ramlawati, 2020).		
--	---------------------------	--	--

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua orang yang untuk siapa fakta-fakta yang diperoleh dari sampel itu akan digeneralisasikan (Ghozali, 2013). Penelitian ini mengambil populasi pada konsumen yang tertarik membeli produk Wardah kosmetik. Berdasarkan Skep/120/UNJAYA/XI/2022 total mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta berjumlah 3.603. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa aktif Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang pernah membeli produk Wardah kosmetik minimal 1 kali guna mengetahui keefektifan produk tersebut.

2. Sampel

Sampel merupakan elemen yang menggambarkan secara luas dari adanya populasi. Sampel mempunyai persamaan karakteristik dengan populasi pada umumnya, sehingga sampel yang digunakan dapat representatif dari populasi. Sampel yang digunakan pada penelitian ini merupakan konsumen yang berminat untuk membeli Wardah kosmetik. Teknik yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan sampel yang dipilih didasarkan pada ciri atau sifat tertentu yang memiliki ciri atau sifat seperti kualifikasi umur yang

bersangkutan dengan populasi sebelumnya (Riyanto & Hatmawan, 2020). Populasi pada penelitian ini berjumlah 360 responden, dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{3603}{1+3603(0,05)^2} = 360.02$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

Berdasarkan data Skep/120/UNJAYA/XI/2022 tanggal 22 November 2022 total mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta berjumlah 3.603. Rincian data sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Jumlah Sampel Fakultas

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa	Perhitungan	Jumlah Sampel
1.	Fakultas Teknik dan Informasi	469	$\frac{469}{3.603} \times 360 = 47$	47
2.	Fakultas Ekonomi dan Sosial	993	$\frac{993}{3.603} \times 360 = 99$	99
3.	Fakultas Kesehatan	2.141	$\frac{2.141}{3.603} \times 360 = 214$	214
Total Jumlah Sampel				360

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan pada perhitungan diatas, minimal sampel yang didapat adalah sejumlah 360.02 sampel. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan minimal 360 sampel. Pengambilan sampel pada penelitian ini dengan

menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa aktif Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang pernah membeli produk Wardah kosmetik.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan angket atau kuesioner digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini. Angket adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden untuk diisi. Kuesioner adalah suatu bentuk cara pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden (Riyanto & Hatmawan, 2020). Peneliti akan membagikan kuesioner dalam bentuk *google form* pada mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani yang pernah membeli Wardah kosmetik minimal 1 kali.

Skala pengukuran merupakan penentuan panjang pendek interval yang didasarkan pada kesepakatan sebagai acuan dalam alat ukur, kemudian alat ukur tersebut akan mendapatkan hasil data kuantitatif. Pada pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Riyanto & Hatmawan (2020), skala likert merupakan skala untuk mengukur pendapat, perilaku serta persepsi tentang individu atau fenomena sosial. Skala likert memiliki 5 kategori yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Skala likert

Bobot	Keterangan
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat setuju

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Pada tabel 3.4 pengukuran skala likert memiliki 5 bobot dari angka 1 sampai 5 dengan pilihan mulai dari sangat tidak setuju dari angka 1 sampai sangat setuju di angka 5. Selain itu, pengumpulan data pada penelitian ini memiliki beberapa karakteristik responden diantara lain:

Tabel 3. 4 Karakteristik responden

No.	Karakteristik Responden	Keterangan
1.	Responden berdasarkan jenis kelamin	a. Laki-laki b. Perempuan
2.	Responden berdasarkan fakultas	a. FTTI b. FKES c. FES
3.	Responden berdasarkan umur	1 17-19 2 20-22 3 23-25 4 25 keatas

Berdasarkan sumber data, sumber yang digunakan untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan langsung seperti melakukan kuesioner dan lainnya. Data primer ini diperlukan agar pemrosesan data memiliki makna (Riyanto & Hatmawan, 2020). sumber data pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

3.6 Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu penelitian yang dengan menggambarkan variabel-variabel yang diteliti, memberikan gambaran tentang fenomena

atau realitas sosial (Riyanto & Hatmawan, 2020). Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan responden sesuai kategorisasi dari tabel 3.4 skala likert. deskripsi kategorisasi responden nantinya akan ditampilkan dalam bentuk tabel beserta dengan uraian.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016), Uji validitas digunakan sebagai alat dalam mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. kuesioner dapat menerangkan valid jika pernyataan-pernyataan tersebut dapat mengutarakan sesuatu yang diukur dalam survei tersebut. Penggunaan uji validitas adalah dengan cara membandingkan (r hitung $>$ r tabel) serta nilai signifikan 5% (0,05).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Lusyana (2020), reliabilitas merupakan prosedur untuk pengujian statistik dalam mengukur kehandalan atau konsistensi internal yang dianggap relevan dari instrumen penelitian. Instrument dapat dikatakan reliabel jika dapat memberikan informasi yang dapat dipercaya dan faktual. Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen cukup dipercaya jika instrumen sudah baik sebagai alat untuk pengumpulan data. Uji reliabilitas merupakan uji guna mengetahui apakah hasil suatu pengukuran tetap konsisten bila diukur dua kali atau lebih, seperti yang ditunjukkan oleh statistik *alpha cronbach*. Variabel dapat dikatakan

reliabel apabila memberikan *cronbach alpha* (α) > 0,60 (Dabur *et al.*, 2023)

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang mengevaluasi distribusi data ke dalam kelompok data atau variabel dan mencoba untuk mengetahui apakah mereka berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas memiliki dua jenis yaitu uji hubungan dan uji beda. Uji ini memiliki berbagai macam uji yang dilakukan perangkat lunak SPSS seperti uji *chi-square*, uji grafik, uji *liliefors*, uji *Shapiro wilk* serta uji *kolmogrov-smirnov* (Ashari & Tripena, 2021).

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketimpangan varians dalam suatu regresi observasional lainnya. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji spearman dengan nilai sig 0,05. Jika nilai sig < 0,05 artinya terjadi heterokedastisitas. Namun, apabila nilai sig > 0,05 artinya tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016), uji multikolinearitas cenderung menguji korelasi antara satu atau semua variabel bebas dalam suatu regresi. Regresi multikolinearitas memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dengan

batas VIF 10, jika VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana merupakan regresi yang mempunyai satu variabel terikat dan variabel bebas dua atau lebih, digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas yaitu citra merek, kualitas produk serta variabel terikat yaitu minat beli untuk dilihat berapa besarnya. (Mustopa *et al.*, 2022). Berikut merupakan persamaan dari regresi linear sederhana:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat beli

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi masing-masing linear

X1 = Citra merek

X2 = Kualitas Produk

e = Standar error

5. Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji t merupakan statistika inferensial untuk mengungkap keberadaan perbedaan antara dua grup sampel dengan perbedaan rata skor. Pengujian kriteria didasarkan pada probabilitas yang lebih kecil secara signifikan sebesar $0,05(\alpha)$, sehingga variabel bebas secara individu mempengaruhi variabel terikat (Mustopa *et al.*, 2022).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016), determinasi digunakan untuk mengukur variabel terikat berdasarkan kemampuannya. Koefisien determinasi memiliki nilai antara nol dan satu. *Adjusted R Square* memiliki kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat yang terbatas. Apabila hasil *Adjusted R Square* mendekati satu pada saat hasil *Adjusted R Square* mendekati nol, maka hubungan antara kedua variabel lemah.

PEPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA