

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Jenis studi ini yakni *explanatory research*, merupakan jenis riset yang meneliti hubungan dua atau lebih variabel guna mendeskripsikan fenomena sebab akibat (Sari et al., 2023). Metode yang dipakai ialah kuantitatif, pendekatan studi berasal dari filsafat positivisme, dipakai menyelidiki populasi ataupun sampel (Sugiyono, 2019).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Skintific yang berlokasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini didasarkan pada fakta bahwa Skintific sebagian besar melakukan promosi secara daring, khususnya melalui platform Tiktok umumnya adalah kaum muda, termasuk mahasiswa, yang sebagian besar berdomisili di Yogyakarta. Selain itu, karena penulis merupakan mahasiswa aktif di salah satu Universitas di Yogyakarta yaitu Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan selama bulan juni dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form*. *Timeline* studi ini sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	2024						
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1	Bab I							
2	Bab II							
3	Bab III							
4	Seminar Proposal							
5	Revisi pasca Seminar Proposal							
6	Penelitian							
7	Bab IV-V							
8	Sidang Skripsi							

### C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kualitas Produk	Kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler & Armstrong, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja</li> <li>2. Reliabilitas</li> <li>3. Fitur atau ciri-ciri tambahan</li> <li>4. Kesesuaian dengan spesifikasi</li> <li>5. Daya tahan desain</li> </ol>	Skala Likert 1-5
Citra Merek	Citra Merek merupakan kumpulan suatu kepercayaan dan keyakinan dari konsumen terhadap merek tertentu yang tertanam dalam ingatan konsumen mengenai pemikiran atau perasaan tentang merek yang bertujuan untuk menciptakan persepsi jangka panjang yang relatif konsisten yang terbentuk dibenak konsumen (Aulia et al., 2022).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Citra perusahaan atau korporat</li> <li>2. Citra pemakai atau konsumen</li> <li>3. Citra Produk</li> </ol>	Skala Likert 1-5
Persepsi Harga	Persepsi harga merupakan salah satu factor yang mempengaruhi penilaian konsumen terhadap Perusahaan mengenai harga yang diberikan (Wulansari & Hayuningtias, 2023).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Pertumbuhan harga saing</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ol>	Skala Likert 1-5

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
		yang dihasilkan	
Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua factor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian (Kotler & Armstrong, 2008).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keyakinan untuk membeli</li> <li>2. Pertimbangan dalam membeli</li> <li>3. Kebiasaan dalam membeli</li> <li>4. Kebutuhan dan keinginan akan sesuatu</li> </ol>	Skala Likert 1-5

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi kumpulan objek dan subjek memiliki karakteristik tertentu diteliti oleh peneliti dan dari situ dapat diambil kesimpulan. Penelitian ini melibatkan pelajar yang menggunakan produk perawatan kulit di wilayah khusus Yogyakarta, meskipun jumlah pastinya belum diketahui.

##### 2. Sampel

Sampel yakni elemen populasi, tanpa populasi tidak akan ada sampel. Sampel yang baik adalah yang dapat mewakili sebanyak mungkin karakteristik populasi (Fenti Hikmawati, 2020). Penelitian menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Karena tidak memungkinkan setiap elemen atau populasi yang menjadi sampel guna memperoleh kesempatan setara (Sugiyono, 2019). Adapun kriteria sampel yaitu:

- a) Mahasiswa pengguna Skintific di Daerah Istimewa Yogyakarta
- b) Responden berusia 17 tahun sampai dengan 35 tahun

- c) Pernah membeli produk Skintific minimal 1 kali

Karena jumlah populasi belum diketahui dengan pasti, metode yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan teori Hair et al, (2017) dimana sebaik-baiknya pengambilan sampel adalah lebih dari 100 yang menyarankan bahwa jumlah sampel diambil berdasarkan perkalian jumlah item indikator dengan angka 5-10 yaitu 16 x 10, menghasilkan 160 responden.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian menerapkan teknik pengumpulan data berupa survei, dimana kuesioner didistribusikan kepada responden melalui platform Google form. Berdasar Sugiyono (2019) kuesioner ialah instrumen penghimpunan data di mana responden diberikan pertanyaan atau pernyataan yang disediakan. Instrumen pengukuran pada penelitian yakni Skala *likert* dengan skor 1-5. Skala *Likert* ialah alat mengukur perlakuan, opini dan tanggapan individu terkait fenomena sosial (Putri & Supriadi, 2022).

**Tabel 3. 3 Skala Likert**

Skor	Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

#### F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis kuantitatif dengan alat bantu SPSS.

## 1. Statistik Deskriptif

Bertujuan mendeskripsikan ataupun menafsirkan data dihimpun tanpa berupaya menarik kesimpulan yang bersifat menyeluruh (Sugiyono, 2019). Statistik deskriptif juga dipakai mengetahui kekuatan dan kelemahan hubungan antar variabel. Data diproses dan ditafsirkan menggunakan metode statistik seperti tabel, diagram, dan ukuran statistik seperti rata-rata, median, modus, serta persentil.

## 2. Uji Validitas

Pada penelitian ini, validitas diuji untuk mengevaluasi keakuratan kuesioner. Validitas mencerminkan seberapa tepat dan akurat alat pengukuran tersebut saat digunakan sesuai dengan tujuannya. Uji validitas dipakai guna mendapati valid tidaknya indikator pertanyaan pada kuesioner. Item pertanyaan dinyatakan valid jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan signifikansi kurang dari 0,05 (Sugiyono, 2019).

## 3. Uji Reliabilitas

Pada studi ini, uji reliabilitas dipakai untuk mengevaluasi sejauh mana konsistensi hasil pengukuran mampu dipertahankan ketika pengukuran dilakukan berulang kali pada fenomena dan alat ukur yang sama, teknik ini memakai pengukuran Cronbach Alpha. Apabila Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60, maka alat ukur diterima ataupun *reliable* (Sugiyono, 2019).

## 4. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik ialah langkah penting dalam analisis regresi linier

berganda. Tujuan pengujian adalah mengkonfirmasi persamaan regresi dipakai akurat, tidak bias, serta sesuai dengan estimasi yang telah ditentukan (Ardy & Nugroho, 2022).

**a) Uji Normalitas**

Tujuan dari pengujian ini adalah guna memprediksi akankah data pada variabel tersebut berdistribusi normal ataupun tidak. Identifikasi normalitas data diimplementasikan melalui uji Kolmogorov – Smirnov. Bila data didalam sampel penelitian memiliki signifikan  $> 0,05$  maka data sampel pada penelitian dinyatakan normal (Ghozali, 2018).

**b) Uji Multikolinearitas**

Tujuan uji multikolinearitas guna mengetahui akankah ada perbedaan antar residu observasi satu dengan lainnya pada persamaan regresi. Syarat agar model regresi efektif yakni nilai toleransi lebih besar dari 0,1 serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 (Ghozali, 2018).

**c) Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan heteroskedastisitas memprediksi akankah ada perbedaan antar residu observasi satu dengan lainnya pada suatu model regresi (Ghozali, 2018). Pengujian ini menggunakan korelasi rank Spearman, jika nilai sig dari variabel independen dan absolut residual  $> 0,05$  oleh karenanya tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Guna mengetahui hubungan variabel bebas pada variabel terikat mempunyai hubungan searah (Ghozali, 2018)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

$\alpha$  : Konstanta

X1 : Kualitas Produk

X2 : Citra Merek

X3 : Persepsi Harga

$\varepsilon$  : error term (standar error)

## 6. Uji Hipotesis

### a) Uji t

Untuk memprediksi apakah variabel independen berpengaruh signifikan pada variabel dependen dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t table (Ghozali, 2018). Ketentuan untuk mengevaluasi hasil uji hipotesis t adalah penggunaan tingkat signifikansi 5 persen.

Spesifikasi uji-t yakni:

- 1) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,05$  maka hipotesis diterima, yang artinya variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen
- 2) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai  $sig > 0,05$  maka hipotesis ditolak, yang artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel

dependen.

**b) Uji f**

Uji f (uji simultan) memiliki tujuan untuk melihat apakah semua variable independen secara bersama-sama berpengaruh atau tidak terhadap variable dependen dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  (Ghozali, 2018). Menentukan  $F_{tabel}$  digunakan tingkat signifikansi 5%.

- 1) Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai sig  $< 0,05$  maka hipotesis diterima, yang artinya secara bersama-sama variable independen tersebut berpengaruh terhadap variable dependen  $< 0,05$
- 2) Jika nilai  $F_{hitung} < 0,05$  dan nilai sig  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak, yang artinya secara bersama-sama variable independen tidak berpengaruh terhadap variable dependen

**c) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ardy & Nugroho (2022) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menilai seberapa baik model mampu menjelaskan variasi variabel dependen, dengan nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang rendah menandakan bahwa kemampuan variabel-variabel bebas (independent) dalam menjelaskan variabel terikat (dependen). Di sisi lain koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang besar mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas (independent) memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dependent.