BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai alat pengambilan data. Penelitian ini mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan pengambilan data ini dilakukan di Malang Raya, lebih tepatnya di komunitas konsumen produk hijab Buttonscarves di Malang Raya dikarenakan komunitas Buttonscraves di Malang raya memiliki jumlah pengikut instagram paling tinggi diantara yang lain yaitu berjumlah 1073 pengikut.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terjadi atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan ditarik kesimpulan. Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek yang ada dalam ruang lingkup penelitian. Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah seluruh anggota komunitas Buttonscraves (BS Lady Malang).

b. Sampel

Menurut Arikunto (2019) sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti. Minimum sampel yang memadai bagi sebuah penelitian adalah 100 sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Ferdinand (2014) sebagai berikut:

n = Jumlah Indikator X 5 sampai 10

16 indikator yang dipilih sampel yang dibutuhkan :

n = 16 x 10 = 160 responden

Mengacu pada pendapat tersebut dan berdasarkan pertimbangan yang telah dikemukakan, maka jumlah yang dipakai dalam penelitian ini mengambil 160 responden.

D. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *probability sampling*. Teknik *probability sampling* merupakan adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota)populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel Sugiyono (2018). Penelitian ini menggunakan *probability sampling* dikarenakan jumlah populasi diketahui dengan pasti sesuai dengan jumlah pengikut di Instagram @bslady_malang yang berjumlah 1073 pada tanggal 22 Mei 2023. Penelitian ini menggunakan jenis *Systematic Random Sampling. Systematic Random Sampling* atau teknik penarikan sampel acak sistematis adalah pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut Sugiyono (2016).

E. Sumber data

Penelitian ini melakukan pengumpulan data berdasrkan sumbernya. Menurut Sugiyono (2018) terdapat dua jenis pengumpulan data berdasarkan dengan sumbernya yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

   Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer diperoleh peneliti dengan membagikan kuisioner kepada konsumen.

2. Data Sekunder

   Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah data jenis hijab yang paling banyak digunakan di Indonesia, data merek hijab dengan kualitas produk terbaik versi beautynesia, data harga produk hijab menurut merek hijab dengan kualitas produk terbaik versi beautynesia dengan bersumber e-commerce dan jurnal penelitian terdahulu sebagai bahan acuan.

F. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Penelitian

   Penelitian ini menggunakan beberapa variabel yang akan didefinisikan secara operasional sebagai berikut:

   a. Variabel Independen (X)

      Variabel independent merupakan variabel bebas yang mempengaruhi variabel dependen (Y) yang tidak tergantung pada variabel lainya. Penelitian ini terdapat 2 variabel independent yaitu Kualitas produk (X1) dan Harga (X2).

   b. Variabel Dependen (Y)

      Variabel dependen merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel independent yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan pembelian (Y).

   c. Variabel Mediasi (M)

Variabel mediasi merupakan variabel yang menjadi penengah antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah citra merek (M).

2. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Definisi operasional variabel

Variabel	Definisi konsep	Definisi Operasional	Indikator
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap yang dilakukan konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk. Kotler (2018)	Keputusan pembelian merupakan tahapan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli hijab Buttonscarves.	1. Memutuskan membeli merek yang disukai konsumen. 2. Kemantapan membeli. 3. Membeli karena di rekomendasi dari orang lain. Kotler (2018) 4. Pilihan Penyalur Armstrong (2015)
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan keunggulan yang dimiliki produk tersebut. Garvin (2010)	Kualitas produk merupakan keunggulan yang dimiliki oleh hijab Buttonscarves.	1. Daya tahan (Durability) 2. Desain (design) Kotler & Keller (2014) 3. Estetika 4. Kesesuaian dengan spesifikasi Tjiptono (2020)
Harga (X2)	Harga merupakan jumlah nominal yang harus dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa. Kotler & Armstrong (2001)	Harga merupakan persepsi nilai yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan hijab Buttonscarves.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk Kotler & Armstrong (2015) 3. Potongan harga 4. Cara Pembayaran Fauzi (2017)

Variabel	Definisi konsep	Definisi Operasional	Indikator
Citra merek (Z)	Citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi merek yang ada di benak konsumen. Kotler & Keller (2018)	Citra merek merupakan persepsi konsumen mengenai hijab Buttonscarves.	1. Dipercaya sebagai merek yang terkenal 2. Merek yang berkualitas 3. Memiliki berbagai motif yang menarik Kotler & Keller (2018) 4. Merek menambah ciri penggunanya Low & Lamb (2017)

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan pengumpulan data penelitian, peneliti menggunakan kuisioner sebagai instrumen penelitian. Kuisioner berisikan pertanyaan yang berkaitan dengan hal-hal yang diteliti. Menurut Sugiyono (2018) kuisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berbagi perangkat pertanyan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab. Kuisioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden yang dikirimkan melalui formulir. Dalam penelitian ini peneliti memilih menggunakan google form karena bisa dilakakan secara praktis, mudah dan cepat, dan bisa dibagikan kepada responden secara online.

Berikut merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti:

1. Teknik penyebaran kuisioner dilakukan dengan cara peneliti mengirim link kuisioner terhadap pengikut Instagram @bslady_malang melalui japri (pesan langsung) dengan diberi jarak di setiap 5 pengikut instagram.
2. Peneliti melihat dari pengikut Instagram bslady_malang dan mengirim pesan untuk meminta izin kepada responden agar bersedia menjawab kuisioner yang akan peneliti berikan melalui link. Setelah responden berkenan menjawab kuisioner, peneliti membagikan link kuisioner (https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEZmMKh84H4GrKTTH

kBi8EM-KNNgWIEQwBVPD6fjLidjMemA/viewform?usp=sf_link) agar dijawab oleh responden.

3. Minggu pertama peneliti menyebarkan 80 kuisioner dan mendapatkan 70 responden yang menjawab kuisioner.
4. Minggu kedua peneliti menyebarkan 50 kuisioner dan mendapatkan 40 responden yang menjawab kuisioner.
5. Minggu ketiga peneliti menyebarkan 20 kuisioner dan mendapatkan 20 responden yang menjawab kuisioner.
6. Minggu keempat peneliti menyebarkan 40 kuisioner dan mendapatkan 30 responden yang menjawab kuisioner.

H. Alat Pengukuran Data

Pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena social. Penggunaan skala likert diharap dapat memudahkan peneliti untuk melakukan pengukuran data. Jawaban responden akan diberi skor oleh peneliti dengan skala sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju(S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

I. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Menurut Ghozali (2018) suatu kuisioner dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan pada kuisioner sesuai dengan apa yang

diungkapkanya serta dapat diukur secara rinci oleh kuisioner tersebut. pengujian validitas dapat diukur menggunakan *Corrected Item total Corelation* yaitu dengan mengkorelasi skor pada setiap item yang sesuai dengan skor totalnya. Berikut merupakan rumus menghitung *Corrected Item total Corelation* sebagai berikut:

$$r_{xy=} \frac{n.\sum XY - (\sum X).(\sum Y)}{\sqrt{n.\sum X^2 - (\sum X)^2}.\sqrt{n.\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah sampel

X = Skor tiap butir

Y = Skor Total

Berikut merupakan kriteria kelayakan dalam pengambilan keputusan menggunakan uji validitas (Ghozali, 2018):

- Jika nilai $rhitung > rtabel$, maka item kuisioner dinyatakan valid.
- Jika nilai $rhitung < rtabel$, maka item kuisioner dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) Uji reliabilitas merupakan suatu alat instrumen yang dapat dikatakan reliable apabila jawaban respon terhadap pertanyaan adalah selalu konsisten atau stabil dari waktu-kewaktu. Dalam melakukan uji reliabilitas kita dapat menggunakan cara uji statistik(α) *Cronbanch Alpha*, dengan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{r} = \left(\frac{\mathbf{K}}{\mathbf{K-1}}\right)\left(\frac{\mathbf{\sum k S_{b^2}}}{\mathbf{S_{t^2}}}\right)$$

Keterangan:

r : Reliabilitas instrument

K : Jumlah Kuesioner instrument

S_{b^2} : Jumlah varians item yang dikuadratkan

S_{t^2} : Varian total item yang dikuadratkat

Berikut adalah kriteria reliabilitas:

1. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60, maka data yang digunakan reliable

2. Jika nilai Cronbach's Alpha < 0,60, maka data yang digunakan tidak reliable.

J. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas digunakan untuk mengetahui data model regresi variabel residual (pengganggu) normal atau tidak. Pengujian normalitas dapat digunakan dengan uji Statistic *Non-Parametric Kolmogrov-Smirnow*. Dapat dikatakan memenuhi persetujuan normalitas apabila nilai signifikannya lebih besar dari 0,05.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkolerasi (hubungan yang kuat) antar variabel independent. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkolerasi antar variabel bebas (tidak terjadi gejala multikolinieritas). Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala tersebut dengan menggunakan metode tolerance dan *Variance Inflation Factors* (VIF). Dengan kriteria pengujiannya, apabila nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen begitu pula sebaliknya, apabila nilai Tolerance < 0,1 dan nilai VIF > 10 maka asumsi tersebut mengandung multikolinearitas (Sanusi, 2017).

3. Uji Heterokedasitas

Menurut Ghozali (2016) Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksi terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan metode uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresi nilai absolut residual dari model yang diestimasi terhadap variabel-variabel penjelas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilihat dari nilai probabilitas setiap variabel. Jika Probabilitas > 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika Probabilitas < 0,05 berarti terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi adalah hubungan antara sisa satu observasi dengan sisa observasi lainnya (Winarno, 2015). Menurut Ghozali (2018) Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi liner ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sanusi (2013) R^2 digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel bebas (X) dalam menjelaskan variabel terikat (Y). Apabila nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel independen persepsi Kualitas produk (X1), Harga (X2), dan Citra Merek (M) dalam menjelaskan variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) sangat terbatas, begitupun sebaliknya. Jadi dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh *Kualitas produk* (X1), Harga (X2), dan Citra Merek (M) dalam menjelaskan Keputusan Pembelian (Y) pada hijab Buttonscraves.

K. Rentang Skala

Analisis rentang skala didalam penelitian ini digunakan bertujuan untuk dapat mengolah data kuantitaatif berupa angka yang nanti kemudian bisa diartikan dalam data kualitatif (Sugiyono, 2018). Rentang skala ini digunakan untuk mengetahui kepemimpinan transformasional, komitmen organisasi, budaya organisasi, dan kinerja karyawan. Rentang skala ini menggunakan rumus menurut Sugiyono (2018) sebagai berikut:

$$\mathrm{Rs} = \frac{\mathrm{n}(\mathrm{m}-1)}{\mathrm{m}}$$

Keterangan:

Rs = *rating scale* (skala penilaian)

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban

Berdasarkan rumus tersebut, berikut perhitungan rentang skala dalam penelitian ini:

$$\mathrm{Rs} = \frac{160(5-1)}{5} = 128$$

Maka tinggi rendahnya hasil pengukurannya dari setiap variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Rentang Skala

Skor	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk	Harga	Citra Merek
160-288	Sangat Rendah	Sangat Tidak Baik	Sangat Murah	Sangat Tidak Menarik
289-417	Rendah	Tidak Baik	Murah	Tidak Menarik
418-546	Cukup	Cukup	Cukup	Cukup
547-675	Tinggi	Baik	Mahal	Menarik
676-804	Sangat Tinggi	Sangat Baik	Sangat Mahal	Sangat Menarik

L. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis jalur. *Path analysis* digunakan untuk menguji pengaruh variabel intervening atau mediasi. Hasil dari uji analisis digunakan untuk membandingkan pengaruh mana yang lebih besar antara pengaruh langsung dan tidak langsung, sehingga mengetahui adanya variabel mediasi yang memperkuat atau memperlemah pengaruh independent terhadap dependen (Ghozali, 2018)

Uji analisis jalur dalam aplikasi SPSS dihitung dengan cara perhitungan koefisien jalur. Koefisien jalur merupakan standarisasi dari koefisien regresi. Koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan struktural yaitu perseman regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan (Ghozali, 2018). Penelitian ini memiliki dua variabel bebas, satu variabel terikat dan satu variabel mediasi.

Uji analisis jalur (path analysis) menggunakan SPSS 25 yaitu dengan langkah kasual strategis dan perkalian koefisien. Pada langkah kasual strategis, kriteria hipotesis (Ha) diterima apabila Sig < 0.05(α). untuk pengaruh langsung baik secara stimultan (nilai F-hitung) maupun sebagian, ditambah dengan melihat nilai t untuk melihat pengaruh secara parsial yaitu t-hitung > t-tabel. Untuk melihat pengaruh signifikan tidak langsung. digunakan produk strategi koefisien dengan melihat nilai M > 1,96, meskipun apabila dari independent ke intervening signifikan dan intervensi ke dependen juga signifikan, dapat di asumsikan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung dari variabel independent ke dependen.

M. Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji parsial)

   Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent atau variabel penjelas secara individual dalam memerangkan variabel dependen. Apabila nilai profitabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independent berpengaruh

signifikan terhadap variabel dependen variabel yang diterima jika tarif signifikan (a) <0,05 dan hipotesis di tolak jika taraf (a) > 0,05.84

2. Uji Sobel (Uji Mediasi)

Variabel dapat dikatakan variabel mediasi apabila variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan variabel independent dan variabel dependen. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur uji sobel. Uji sobel dilakukan dengan cara menguji pengaruh pengaruh secara tidak langsung variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui citra merek (Ghozali, 2018). Uji sobel dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Keterangan:

Sa : Jalur variabel bebas (X) dengan variabel mediasi (M)

Sb : Jalur variabel mediasi (M) dengan variabel terikat (Y)

b : *Standart error* koefisien a

a : *Standart error* koefisien b

Tahapan selanjutnya adalah menguji pengaruh signifikan tidak langsung diperlukan menghitung nilai t dari koefisien ab. Rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$Z = \frac{ab}{S^{ab}}$$

Nantinya akan diperoleh kesimpulan dengan melihat kriteria jika nilai M> 1,96 (nilai M mutlak), maka variabel (M) secara signifikan memediasi pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y). Jika pengaruh X terhadap Y signifikan dan menurun menjadi nol dengan memasukkan variabel M, maka terjadi mediasi sempurna. Namun, jika pengaruh X terhadap Y signifikan dan penurunan tidak sama dengan nol dengan memasukkan variabel M, maka terjadi mediasi sebagian.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MALANG