

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen produk Skintific di Kab Malang, khususnya di kecamatan Kepanjen. Penduduk di Kepanjen menunjukkan tren konsumsi produk kecantikan yang meningkat, sejalan dengan peningkatan kesadaran akan pentingnya kesadaran perawatan kulit.

#### 3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan adalah kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang fokus pada populasi atau sampel tertentu, dengan pengambilan sampel umumnya dilakukan secara acak. Data dikumpulkan melalui instrumen penelitian, sedangkan analisisnya bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis. Metode deskriptif digunakan untuk mengumpulkan sebuah data melalui wawancara, kuisiner maupun observasi, yang kemudian data tersebut dianalisis menggunakan statistik deskriptif seperti tabel, grafik dan diagram (Dolly, 2022).

#### 3.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini dibutuhkan populasi dan sampel sebagai responden dari objek yang akan diteliti, berikut ini adalah uraian dari populasi dan sampel.

##### 1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dimana memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *skincare* Skintific di Kab Malang tepatnya di kec Kepanjen. Dikarenakan jumlah data populasi yang sangat besar dan tidak dapat diperoleh oleh peneliti maka pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Cochran untuk menentukan jumlah sampel penelitian apabila populasi tidak

diketahui. Formula Cochran dianggap sangat tepat dalam situasi dengan populasi besar (Sujalu et. al, 2021)

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian kuantitatif adalah subjek penelitian yang dianggap mewakili populasi yang kemudian disebut sebagai responden penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini ialah non-probability sampling yaitu dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Cara yang digunakan ialah purposive sampling dengan batasan usia sampel yaitu 18-24 tahun.

Penelitian ini menggunakan rumus Cochran untuk pengambilan sampel dikarenakan jumlah populasi yang terlalu besar dan tidak diketahui.

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{e^2}$$

$n$  = jumlah sampel yang diperlukan

$z$  = nilai standar yang diperoleh dari tabel distribusi normal Z dengan simpangan 5% dengan nilai 1,96

$p$  = nilai proporsi yang didapat dari penelitian sebelumnya, apabila proporsi tidak diketahui, maka perkiraan proporsi sebesar 50% (0,5)

$e$  = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) 10% = 0,1 dari tingkat kepercayaan 90% Perhitungan :

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan sampel tersebut, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 96 responden, yang kemudian dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden di Kecamatan Kepanjen Kab. Malang. Responden yang akan menjadi objek dalam penelitian ini adalah konsumen Skintific dengan rentang usia antara 19-24 tahun.

### 3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang merupakan bagian dari metode *nonprobability sampling*, dimana pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan tertentu (Nurlina, 2020). Menurut Sugiyono (2019), teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan didasarkan pada elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Berikut kriteria yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan sebuah sampel, yaitu:

- a) Konsumen yang berusia minimal 18 tahun. Usia minimal 18 tahun dipilih karena dianggap cukup mampu memahami dan menjawab kuesioner dengan baik.
- b) Konsumen yang membeli dan menggunakan produk *skincare* skintific di Kepanjen.

### 3.4. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan suatu rancangan alat ukur yang digunakan untuk mendeskripsikan setiap variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indicator. Selain itu, tujuan dari operasional variabel adalah untuk memudahkan peneliti dalam menjelaskan pemahaman dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Peneliti membuat definisi operasional variabel, yang berarti penentuan *construct* agar suatu variabel dapat diukur, untuk membantu peneliti lain mengembangkan metode pengukuran konstruk yang lebih baik (Sugiyono, 2016). Penelitian ini terdiri dari empat variabel yang akan diteliti yaitu, Citra merek (X1), Kualitas produk (X2), Gaya hidup (X3), dan Keputusan pembelian (Y) yang telah tercantum pada tabel 3.1 yaitu:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Citra Merek (X1)	Citra Merek merupakan persepsi konsumen mengenai produk Skintific di Kapanjen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identitas merek</li> <li>2. Kepribadian merek</li> <li>3. Asosiasi merek</li> <li>4. Sikap dan perilaku merek</li> <li>5. Keunggulan dan Kompetensi</li> </ol>	(Kotler, 2018)
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk merujuk pada keseluruhan fitur dan karakteristik produk <i>skincare</i> Skintific yang memengaruhi kemampuannya dalam memenuhi kepuasan konsumen di Kapanjen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja</li> <li>2. Keandalan</li> <li>3. Fitur</li> <li>4. Daya tahan</li> <li>5. Konsisten</li> <li>6. Desain</li> </ol>	(Etta Mamang, Sangadji, 2016)
Gaya Hidup (X3)	Gaya Hidup merupakan pola hidup seseorang yang ingin merasakan kepuasan akan produk <i>skincare</i> Skintific di Kapanjen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aktivitas</li> <li>2. Minat</li> <li>3. Opini</li> </ol>	(Kotler, 2016)



Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan fase di mana konsumen secara efektif melakukan pembelian dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk Skintific di Kapanjen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan Produk</li> <li>2. Pilihan Merek</li> <li>3. Pilihan Penyalur</li> <li>4. Waktu pembelian</li> <li>5. Jumlah pembelian</li> <li>6. Metode pembayaran</li> </ol>	(Kotler, 2016)

### 3.5. Sumber Data dan teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data sangatlah penting karena berhubungan dengan tersedianya data yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian sehingga kesimpulan yang diambil adalah benar. Maka dari itu, penelitian metode pengumpulan data harus dilakukan dengan cara yang tepat. Dalam penelitian ini pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang langsung memberikan data pada pengumpul data (Sugiyono, 2020). Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara menyebarkan link kepada responden. Kuesioner adalah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk menjawab. Sebelumnya harus dipastikan kebenaran responden yang diteliti berdasarkan kriteria respondennya.

Skala yang dipakai oleh peneliti adalah skala likert. Skala Likert adalah skala atau pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai sebuah peristiwa dan fenomena sosial, berdasarkan dengan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2020) skala likert merupakan skala yang digunakan untuk

mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert. Kelebihan instrumen kuesioner yang menggunakan skala Likert dengan lima skala adalah kuesioner tersebut mampu mengakomodir jawaban responden yang bersifat netral atau ragu-ragu. Berikut adalah instrumen yang digunakan:

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	Skor 5
Setuju (S)	Skor 4
Netral (N)	Skor 3
Tidak Setuju (TS)	Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Skor 1

Tabel 3.2 Pengukuran Data

#### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Peneliti menggunakan metode kuesioner melalui *Google Form*. Pengumpulan data dengan teknik kuesioner merupakan alat utama dalam pengumpulan data yang berupa pertanyaan yang disebarakan kepada responden yang akan diteliti.

Menurut Sugiyono, (2020) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Daftar pertanyaan yang ada di dalam kuisisioner harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Menggunakan pertanyaan yang berkaitan dengan citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada konsumen Skintific di Kepanjen Kab Malang dan membeli produk *skincare* Skintific minimal satu kali, responden hanya memilih alternatif jawaban yang tersedia pada kuesioner tersebut.

Hasil dari kuesioner dikelola dan dianalisa melakukan beberapa pengujian untuk mengetahui ketepatan serta keakuratan jawaban yang diberikan oleh responden.

## G. Pengujian Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas juga digunakan alat ukur yang sah atau valid tidaknya suatu kuisoner atau angket tersebut, suatu kuisoner atau angket dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisoner yang diberikan kepada konsumen mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisoner tersebut Ghozali, (2020). Dengan kata lain uji validitas digunakan untuk mengukur apa yang hendak kita ukur. Uji validitas dapat menggunakan rumus teknik korelasi *pearson product moment*:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{N\sum x^2 - (\sum x^2)(N\sum y^2 - \sum y^2)}}$$

Keterangan:

$r$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah sampel

$X$  = skor pertanyaan

$Y$  = skor total

Suatu instrument penelitian dikatakan valid apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

Bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka dinyatakan valid.



Bila  $r$  hitung  $< r$  tabel, maka dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu uji untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas ini bertujuan untuk melihat konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan daftar pernyataan yang merupakan dimensi suatu alat variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Pengujian realibilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$R_n = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum ob^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

$R_n$  = Relatif instrumen

$K$  = banyak pertanyaan

$\sum ob^2$  = jumlah varians

$\sigma^2$  = varians total

Adapun kriteria realibilitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai alpha cronbach  $\geq 0,6$  = reliabel
- b. Apabila nilai alpha cronbach  $\leq 0,6$  = tidak reliabel

## H. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang berguna untuk menganalisis atau menggambarkan data yang tersaji dengan apa adanya tanpa bertujuan menarik kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019). Statistik deskriptif juga bertujuan untuk mengubah data

mentah menjadi data yang mudah dipahami sehingga dapat digunakan untuk menarik kesimpulan dari gambaran terkait citra merek, kualitas produk, gaya hidup dan keputusan pembelian.

Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan data secara sistematis dan akurat, yang mana pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui rata-rata jawaban responden terhadap berbagai pertanyaan dari setiap variabel. Berdasarkan dari hasil mean pada masing-masing pertanyaan dari setiap variabel, maka ditunjukkan skala likert dengan rumus:

$$Interval = \frac{Nilai\ Max - Nilai\ Min}{Jumlah\ Kategori} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Nilai maksimum dan minimum diperoleh dari perhitungan rentang skala likert yang diambil pada jawaban kuesioner responden yang ditunjukkan dari ketiga variabel. Rentang tersebut digunakan dasar dalam menentukan kategorisasi rata-rata penilaian responden terhadap indikator yang digunakan dalam penelitian ini (Ferdinand, 2014). Pembagian *range* menggunakan skala likert dikelompokkan menjadi 5 kategori yang dapat dilihat pada tabel 3.2, sebagai berikut:

**Tabel 3.3**

**Dasar Interpretasi Skor Indikator dalam Variabel Penelitian**

<b>Interval</b>	<b>Kategori</b>
1.00-1,8	Sangat Rendah
1.81-2,60	Rendah
2.61-3.40	Cukup Tinggi
3.41-4.20	Tinggi
4.21-5.00	Sangat Tinggi

*Sumber: Ferdinand, 2014*

### **I. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian, dan hal ini merupakan langkah penting dalam proses regresi. Pelanggaran asumsi klasik menunjukkan bahwa efektivitas model regresi yang telah diperoleh kurang valid. Uji asumsi klasik dilakukan melalui

empat tahap yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi normal atau mendekati normal sehingga layak dan dapat dilakukan pengujian secara statistik (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan berdasarkan probabilitas (*Asymptotic Significance*), yaitu:

- Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari populasi adalah normal
- Jika probabilitas  $< 0,05$  maka populasi tidak berdistribusi secara normal

### 2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2018). Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dapat digunakan nilai tolerance atau variance inflation factor (VIF). Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai  $Tolerance \leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$ . Jika nilai tolerance  $> 0,10$  atau nilai  $VIF < 10$  maka hal tersebut menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

- a) Nilai  $Tolerance \leq 0,10$  dan  $VIF \geq 10$ , maka terdapat gejala multikolinearitas
- b) Nilai  $Tolerance \geq 0,10$  dan  $VIF \leq 10$ , maka tidak terdapat gejala multikolinearitas

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan

lainnya dalam model regresi. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas atau yang tidak mengalami heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Terjadinya kondisi heteroskedastisitas akan berakibat tidak mutlaknya koefisien, misalnya akan terjadinya kekurangan atau kelebihan dari semestinya.

Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser yang dilakukan dengan membuat model regresi yang melibatkan nilai *absolute residual*, yaitu dengan mengregesikan nilai *absolute residual* dengan variabel independent (Ghozali, 2018). Ketentuan yang digunakan adalah jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka terjadi heterokedastisitas yang artinya model regresi tersebut tidak mengandung adanya heterokedastisitas.

#### J. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- $b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi
- X1 = Citra merek
- X2 = Kualitas produk
- X3 = Gaya Hidup
- e = *Standart Error*

Untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen maka dapat dilihat dari nilai signifikansinya dengan standar signifikansi 5%. Apabila tingkat signifikansi yang diperoleh



dari hasil lebih dari 5% maka hipotesis ditolak, sebaliknya jika hasil uji hipotesis berada di antara 0-5% maka hipotesis diterima. Sementara itu, untuk melihat regresi yang dihasilkan berpengaruh positif atau negatif melalui koefisien beta ( $\beta$ ). Menurut Ghozali, (2018) apabila koefisien beta memiliki tanda minus (-) berarti pengaruh yang dihasilkan adalah negatif, sebaliknya apabila koefisien beta tidak memiliki tanda minus (-), maka arah pengaruh yang dihasilkan adalah positif (+).

## K. Uji Hipotesis

### 1. Uji t

Menurut Ghozali, (2020) Untuk melakukan Uji t digunakan secara parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan tingkat nilai signifikansi 5% atau 0. Berikut rumus dari perhitungan uji t::

$$T_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

$b_i$  = Nilai estimasi parameter  $b_i$

$S(b_i)$  = Standart error

Menggunakan tingkat keyakinan alpha ( $\alpha$ ) sebesar 5% dan derajat kebebasan (n-2). Kemudian dibandingkan antara  $t$  hitung dengan  $t$  tabel, maka:

- a. Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka hipotesis diterima
- b. Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka hipotesis ditolak

### 2. Uji f

Uji simultan merupakan uji yang digunakan untuk melihat keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Uji F ini dapat dilakukan



menggunakan kriteria apabila pengujiannya menggunakan tingkat signifikan 0,05. Jika nilai signifikan melebihi 0,05 maka hipotesisnya tersebut tidak layak digunakan. Sebaliknya jika nilai signifikannya kurang dari 0,05 maka hipotesisnya terbukti dapat digunakan.

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak di antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.