

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana semua kegiatan penelitian akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini akan dilakukan pada pengguna masker merek Mugwort Clay Stick Skintific yang berada di Kota Malang, Jawa Timur.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan sistem pendekatan deskriptif melalui proses survey pengambilan data. Metode penelitian ini didasarkan pada filsafat positivisme, dimana ilmu ini memiliki pandangan bahwa sebuah fenomena itu dapat diklasifikasikan, dapat diukur dan cenderung dapat diamati (Sugiyono, 2017). Jika ditinjau dari tingkat penjabarannya, penelitian ini dapat digolongkan kedalam penelitian deskriptif. Metode penelitian kuantitatif dipilih karena pada penelitian ini peneliti berkeinginan untuk mengukur beberapa item variable untuk menemukan suatu penyebab sebuah masalah yang sedang terjadi atau yang telah terjadi (Kothari, 2004).

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Penjelasan lebih lanjut mengenai populasi oleh Sekaran dan Bougie (2017) bahwa populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau berbagai hal yang menarik untuk diteliti oleh peneliti. Dari kedua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa populasi adalah obyek maupun subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah-masalah penelitian. Pada penelitian ini peneliti menetapkan populasi penelitian yaitu konsumen Mugwort Clay Stick Skintific di Kota Malang.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan adanya kesempatan yang sama bagi anggota (Priyono, 2008). Sedangkan teknik pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling* dimana penentuan sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Peneliti menetapkan kriteria untuk sampel yaitu konsumen yang berdomisili di Kota Malang dan pernah melakukan pembelian Mugwort Clay Stick Skintific minimal satu kali.

3. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif.

Dalam menentukan jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dapat dikali 5 sampai 10 (Ferdinand, 2006). Berdasarkan uraian diatas, peneliti menetapkan sampel sebesar 110 untuk dijadikan besaran sampel, hasil tersebut diperoleh dari perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Sampel Minimum} = \text{Jumlah Indikator Penelitian} \times 10$$

$$\text{Sampel Minimum} = 11 \times 10$$

$$\text{Sampel Minimum} = 110$$

Dari hasil perhitungan diatas jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 110 yang akan menjadi responden dalam penelitian ini adalah Konsumen Mugwort Clay Stick Skintific. Dalam penentuan sampel, Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan

multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variable yang diteliti.

D. Definisi Operasional Variabel

Operational variable merupakan suatu rancangan alat ukur yang digunakan untuk menjabarkan setiap variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan peneliti dalam menjabarkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari tiga pokok variabel yang akan diteliti yaitu, citra merek (X) Keputusan Pembelian (Y), dan Niat Beli (Z). Berikut ini operasional variabelnya:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Citra Merek (X)	Citra Merek (X) Merupakan persepsi konsumen tentang Mugwort Clay Stick Skintific sebagai refleksi dari asosiasi merek yang ada pada pikiran konsumen	1. Recognition 2. Reputation 3. Affinity 4. Loyalty	Nurlestari <i>et al.</i> , (2022)
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian (Y) Merupakan pilihan dari beberapa alternatif yang ada pada konsumen Mugwort Clay Stick Skintific	1. Pemilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pemilihan Tempat Penyalur 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran	Nurlestari <i>et al.</i> , (2022)
Minat Beli (Z)	Minat Beli (Z) Merupakan niat yang dimiliki oleh konsumen untuk melakukan pembelian produk Mugwort Clay Stick Skintific	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	Harahap dan Khasanah, (2023)

E. Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2017) data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung, dimana informasi atau penjelasannya berupa bilangan atau angka. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data ini didapatkan dari penyebaran kuesioner atau angket kepada sampel yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono, (2017) data primer adalah data yang langsung didapatkan dari responden kepada peneliti. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti dapat menggunakan kuisisioner untuk disebarakan kepada responden yang sudah ditentukan (Jonathan, 2006).

F. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu (Tanzeh, 2011). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan instrumen penelitian berupa kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan responden sebuah pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2017).

Cara yang digunakan dalam pembagian kuesioner nantinya dengan membagikan tautan form pertanyaan yang berisi instrumen penelitian kepada konsumen Mugwort Clay Stick Skintific melalui *googleform*. Penyebaran kuesioner akan dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama dilakukan selama 2 Minggu atau 14 hari dan tahap kedua dilakukan sebagai langkah cadangan apabila dalam proses penyebaran kuesioner ditahap pertama belum mencapai angka responden yang telah ditentukan.

G. Teknik Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala dengan memanfaatkan pendekatan analisis item, di mana item tertentu dievaluasi atas dasar seberapa baik membedakan antara orang-orang yang skor total tinggi dan mereka yang skornya rendah (Kothari, 2014). Menurut Sugiyono, (2017) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial.

Menurut Sugiyono, (2017) mengemukakan bahwa macam-macam skala pengukuran dapat berupa skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio, dari skala pengukuran itu akan diperoleh data nominal, ordinal, interval, dan rasio. Penelitian ini menggunakan skala ordinal, menurut Sugiyono, (2017) adalah skala ordinal adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat construct yang diukur. Dimana masing masing jawaban memiliki skor atau bobot yang telah ditentukan, seperti rincian pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Pilihan Jawaban Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Keterangan:

1. Responden dengan jawaban Sangat Setuju akan diberi skor 5 (lima)
2. Responden dengan jawaban Setuju akan diberi skor 4 (empat)
3. Responden dengan jawaban Netral akan diberi skor 3 (tiga)
4. Responden dengan jawaban Tidak Setuju akan diberi skor 2 (dua)
5. Responden dengan jawaban Sangat Tidak Setuju akan diberi skor 1 (satu)

H. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Di dalam menentukan layak dan tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama, menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2017).

Untuk mengukur reliabilitas pada data, penelitian ini menggunakan pendekatan *Cronbach's Alpha* yang dihitung dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) $\leq 0,6$, maka kuesioner kurang reliabel.
- b) Jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) $\geq 0,6$ dan mendekati 1, maka kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

I. Uji Asumsi Klasik

Dalam melakukan analisis regresi peneliti harus menggunakan uji asumsi klasik agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan syarat pengujian.

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah menggunakan model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Pengujian ini menggunakan program SPSS versi 25. Untuk menguji variabel berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan memperhatikan hasil nilai signifikan (Monte Carlo Sig.) pada proses pengujian. Variabel berdistribusi normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 (sig > 0,05).

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2016). Uji ini dapat dengan melihat hasil dari nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor).

Apabila nilai Tolerance > 0,1 dan nilai VIF kurang dari sama dengan 10 (VIF < 10) maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

J. Analisis Deskriptif

Rentang skala digunakan untuk mengolah data mentah berupa angka yang kemudian diartikan dalam pengertian kuantitatif (Sugiyono, 2017). Rentang skala ini digunakan untuk mengukur dan menilai bagaimana citra merek, minat beli dan keputusan pembelian, menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- RS = Rentang skala
 n = Jumlah sampel
 m = Jumlah alternatif jawaban

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat diperoleh rentang skala dengan perhitungan sebagai berikut:

$$RS = \frac{110(5-1)}{5} = 88$$

Jadi hasil yang diperoleh dari rentang skala adalah 88.

1. Skor Minimum : (Bobot Terendah x Jumlah Sampel) : 1 x 110 = 110
2. Skor Maksimum : (Bobot Tertinggi x Jumlah Sampel) : 5 x 110 = 550

Berdasarkan perhitungan rentang skala yang diperoleh, dengan demikian kriterial skala penilaian pada penelitian adalah :

Tabel 3.3 Hasil rekapitulasi Rentang Skala

No.	Skor	Variabel		
		Citra Merek	Minat Beli	Keputusan Pembelian
1	110-97	Sangat Buruk	Sangat Rendah	Sangat Rendah
2	198-285	Buruk	Rendah	Rendah
3	286-373	Cukup	Cukup	Cukup
4	374-461	Baik	Tinggi	Tinggi
5	462-550	Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah penleiti, (2024)

K. Teknik Analisis Data

Alat analisis untuk penelitian ini menggunakan *Process Macro Hayes* (2013). Andrew Hayes memperkenalkan alat analisis yang disebutnya sebagai *Conditional Process Analysis* yang diklaim dapat digunakan bilamana tujuan penelitian adalah untuk memahami mekanisme dimana efek sebuah variabel dengan kondisi tertentu (adanya moderasi) ditransmisi kepada variabel yang lain. Keunggulan untuk alat analisis ini adalah kemampuan untuk menghitung model yang melibatkan moderasi dan mediasi secara simultan (*single integrated analytical model – conditional process model*).

Process Macro Hayes (2013) pada dasarnya memiliki fungsi yang sama dengan regresi linier sederhana melalui SPSS, akan tetapi melalui metode ini, peneliti langsung bisa melihat apakah ada efek interaksi yang terjadi dan signifikansi hubungannya dalam sekali proses. Hubungan antar variable dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan jika nilai *Probability* kurang dari 0,05.

L. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengambil keputusan berdasarkan data yang telah dianalisis. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Process Macro Hayes* (2013), yang dikenal sebagai *Conditional Process Analysis*. Alat ini memudahkan analisis mekanisme di mana efek variabel tertentu, dengan adanya moderasi, ditransmisikan ke variabel lain. Keunggulannya adalah kemampuannya untuk menganalisis moderasi dan mediasi secara simultan dalam satu model. *Process Macro Hayes* bekerja seperti regresi linier di SPSS, namun langsung menampilkan efek interaksi dan signifikansinya. Hubungan variabel dinyatakan signifikan jika nilai *probability* kurang dari 0,05. Selain itu, alat ini hanya memerlukan satu analisis untuk melihat efek mediasi, dengan asumsi hubungan linier antara variabel dependen dan independen. Metode bootstrapping yang digunakan tidak membutuhkan asumsi normalitas, dan jika rentang *BootLLCI* dan *BootULCI* tidak mencakup nol, maka efek mediasi signifikan. Penjelasan terkait hasil pengujian menggunakan *Process Macro Hayes* (2013) sebagai berikut:

1. Jika nilai *Probability* < 0,05 maka hubungan antar variable dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan.
2. Jika nilai *Probability* > 0,05 maka hubungan antar variable dapat dinyatakan tidak berpengaruh positif dan signifikan.
3. Jika nilai BootULCI tidak mencakup nilai nol, maka estimasi signifikan dan terjadi efek mediasi.

Untuk dapat melakukan pengujian menggunakan Process Macro Hayes (2013) perlu dilakukan beberapa proses penting untuk mendapatkan hasil dari pengujian tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan model penelitian yang akan digunakan. Dimana dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian model mediasi dengan menggunakan 1 variabel bebas (X), 1 variabel terikat (Y) dan 1 variabel mediasi (M).
2. Penelitian ini menggunakan Uji Macro Hayes dengan menggunakan software SPSS 25.
3. Melakukan deskripsi data untuk melihat distribusi data yang akan digunakan apakah berdistribusi normal dan hubungan antara variabel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Normalitas dan uji Multikolinieritas.
4. Pada penelitian model mediasi, peneliti menggunakan Uji Macro Hayes dengan model 4 untuk mengetahui pengaruh mediasi yang terjadi.
5. Setelah memilih model ke 4, pilih menu *option* dan *checklist* pada kolom *show total effect model*, lalu klik *continue*
6. Menguji efek langsung dan tidak dari variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel mediasi.
7. Menafsirkan hasil pengujian dengan memperhatikan nilai koefisien regresi, p-value dan interval variabel mediasi.

Untuk dapat mengetahui nilai pengaruh variabel bebas terhadap terikat dapat dilakukan dengan menggunakan uji Macro Hayes dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = cX + e_1$$

Keterangan:

- Y = variabel dependen
 C = koefisien regresi untuk efek X pada Y
 e1 = error term

Untuk dapat mengetahui nilai mediasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Macro Hayes dengan rumus sebagai berikut:

$$M=aX+e2$$

Keterangan:

- M = variabel mediator
- X = variabel independen
- a = koefisien regresi untuk efek X pada M
- e2 = error term

