**BAB III**

**METODOLOGI PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan sebuah metode yang meneliti populasi atau sampel, landasan yang digunakan berupa filsafat positivisme, sampel yang diambil secara acak, instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data, dan analisis data bersifat statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:15).

1. **Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian ini direncanakan dan dimulai dari penyusunan laporan penelitian pada bulan September 2021. Penelitian akan dilakukan selama 3 (Tiga) bulan yaitu dari bulan Oktober sampai dengan bulan Desember 2021. Penelitian ini akan dilakukan pada seluruh mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta program studi manajemen tahun angkatan 2018 yang menggunakan produk Garnier.

1. **Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**
2. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh

mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta program studi manajemen tahun angkatan 2018 yang berjumlah 163 mahasiswa pengguna produk Garnier.

1. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018:131). Sampel dalam penelitian ini diambil dari seluruh mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta program studi manajemen tahun angkatan 2018 konsumen produk Garnier yang berjumlah sampel adalah 100 responden.

1. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara *Purposive Sampling*. Dimana Peneliti menggunakan pertimbangan sendiri dalam memilih populasi yang dianggap sesuai dan diyakini dapat memberikan informasi yang akurat (Sugiyono, 2018:136). Kriteria tersebut adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta program studi manajemen tahun angkatan 2018 yang menggunakan produk Garnier.

Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pada perhitungan dari rumus lemesshow (dalam Aryaditya & Khuzaini, 2020) sebagai berikut:

Keterangan :

= Jumlah sampel

z = Harga standar normal (1,976)

p = Estimator proporsi populasi (0,5)

d = Penyimpangan (0,010)

q = 1-p

Dengan rumus diatas maka dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

Jadi responden yang akan diteliti oleh peneliti adalah sejumlah 100 konsumen yang menggunakan produk Garnier.

1. **Jenis Data dan Sumber Data**
2. Jenis Data

Berdasarkan jenis data yang digunakan, jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan sebuah metode yang meneliti populasi atau sampel, landasan yang digunakan berupa filsafat positivisme, sampel yang diambil secara acak, instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data, dan analisis data bersifat statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:15).

1. Sumber Data

Dalam pengumpulan data penelitian, penulis menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2018:117) mengutarakan bahwa data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini auditor eksternal.

1. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2018:118) mengutarakan bahwa sumber/data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini melalui cara pengumpulan artikel, jurnal-jurnal hasil penelitian terdahulu.

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain :

1. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2018:142). Skala yang sering dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala ordinal atau sering disebut skala *likert*, yaitu mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018:93). Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Biasanya indikator-indikator ini diamati dengan menggunakan kuesioner atau angket yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang suatu hal (Sugiyono, 2018:93).

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yang menggunakan 5 skala, yaitu :

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

1. Penelitian Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan dengan mencari informasi atau data melalui perpustakaan atau buku-buku, jurnal, artikel, dan skripsi atau tesis yang berhubungan dengan pembahasan yang diteliti.

1. **Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel dalam penelitian adalah penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya.

Menurut (Sugiyono, 2018:60) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.
2. Variabel Bebas (Independent Variable) dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga.

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Definisi | Indikator | Item Pertanyaan |
| Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan pembelian adalah suatu pengambilan keputusan yang terjadi setelah mempertimbangkan dari beberapa pihak berdasarkan kebutuhan setiap konsumen. | (Kotler & Keller, 2009:235)   1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian | 1. Saya membeli produk Garnier sesuai dengan kebutuhan. 2. Saya membeli produk Garnier karena banyak konsumen lain yang cocok dengan produk tersebut. 3. Sebelum membeli produk Garnier, saya membandingkan produk Garnier dengan produk-produk yang lain. 4. Saya membeli produk Garnier sebagai produk *skincare favorite.* 5. Setelah membeli produk Garnier, saya memutuskan untuk membeli ulang. |
| Kualitas Produk | Kualitas produk yaitu suatu ciri khas tertentu dari produk yang mampu memenuhi keinginan konsumen. | Garvin (dalam Tjiptono, 2008:68)   1. Kinerja 2. Cir/keistimewaan tambahan 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Keandalan 5. Daya tahan 6. Estetika 7. ­Kualitas yang dipersepsikan 8. Dimensi kemudahan perbaikan | 1. Produk Garnier aman digunakan untuk semua jenis kulit. 2. Produk Garnier memiliki kemasan yang cantik dan menarik. 3. Produk Garnier memberikan kemudahan dalam pemakaian. 4. Produk Garnier memiliki banyak varian untuk berbagai jenis kulit sesuai kebutuhan konsumen. 5. Produk Garnier memiliki masa pakai yang lama ketika digunakan. 6. Keunikan desain kemasan produk Garnier yang menarik. 7. Hasil dari produk Garnier yang dirasakan cocok pada kulit saya. 8. ­Kemasan produk dapat di daur ulang. |
| Citra Merek | Citra merek adalah suatu kepercayaan yang timbul dari para konsumen terhadap suatu merek atau produk tertentu. | Plummer (dalam Ratri, 2007:54)   1. Atribut produk 2. Keuntungan konsumen 3. Kepribadian merek | 1. Tampilan pada kemasan produk Garnier yang menarik dan mudah dikenali. 2. Merek dari produk Garnier yang sudah dikenal banyak orang. 3. Merek dari produk Garnier yang mudah diingat. 4. Produk Garnier dikembangkan di pabrik yang berteknologi tinggi. 5. Produk Garnier memberikan kesan positif kepada konsumen. |
| Harga | Suatu nilai yang dimiliki suatu barang dan jasa untuk memberikan manfaat atau nilai finansial. | (Kotler & Keller, 2009:278)   1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat | 1. Harga produk Garnier yang ditawarkan sangat terjangkau. 2. Harga yang ditawarkan sesuai dengan ukuran produk Garnier. 3. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan. 4. Harga produk Garnier lebih terjangkau dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. 5. Harga produk Garnier sesuai dengan manfaat yang didapatkan. |

1. **Teknik Pengolahan Data dan Uji Instrumen**
2. **Uji Kualitas Data**

Untuk menguji kevalidan dan reliabel pada setiap pertanyaan dalam kuesioner maka dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

1. **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2013:52). Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik yaitu menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan metode *Corrected Item Total Correlation*.

Suatu instrument penelitian dikatakan valid apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

* + - * 1. Bila r hitung > r tabel, maka dinyatakan valid.
        2. Bila r hitung < r tabel, maka dinyatakan tidak valid. Pada taraf signifikansi 5%.

1. **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel (Ghozali, 2013:47). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban sesorang dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan caraone shot atau pengukuran sekali saja.

Pengukuran *one shot* hanya sekali dilakukan dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Variabel dapat dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2013:47).

1. **Uji Asumsi Klasik**
2. **Uji Normalitas**

Menurut (Ghozali, 2013:160) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian yang menggunakan metode yang lebih handal untuk menguji data mempunyai distribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat *Normal Probability Plot*. Model Regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal, untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

1. **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas (Ghozali, 2013:105). Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya serta *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan regresi terhadap variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena VIF=1/Tolerance). Nilai cut off yang umum yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 (Ghozali, 2013:106).

1. **Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2013:139).

1. **Uji Hipotesis**
2. **Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Penelitian ini menggambarkan suatu hubungan dimana satu atau lebih variabel (variabel independen) mempengaruhi variabel lainnya (variabel dependen). Oleh karena itu peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Dalam analisis regresi linier berganda, selain mengukur kekuatan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen juga menunjukkan arah pengaruh tersebut (Ghozali, 2013:96).

Pengujian tersebut didasarkan pada persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

**Y = a + β1X1 + β2X2 + β3X3 + e**

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

β1 = Koefisien regresi untuk variabel independen Kualitas Produk

β2 = Koefisien regresi untuk variabel independen Citra Merek

β3 = Koefisien regresi untuk variabel independen Harga

X1 = Kualitas Produk

X2 = Citra Merek

X3 = Harga

e = Kesalahan pengganggu (*error*)

1. **Pengujian Secara Simultan ( Uji Statistik F )**

Menurut (Ghozali, 2013:98), Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Terdapat langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian ini yaitu:

1. Merumuskan hipotesa statistik

Ho : *β1 = β2 = β3 =* 0, berarti variabel kualitas produk, citra merek dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Garnier di Universitas Islam Batik Surakarta.

Ha : β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ 0, berarti variabel kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Garnier di Universitas Islam Batik Surakarta.

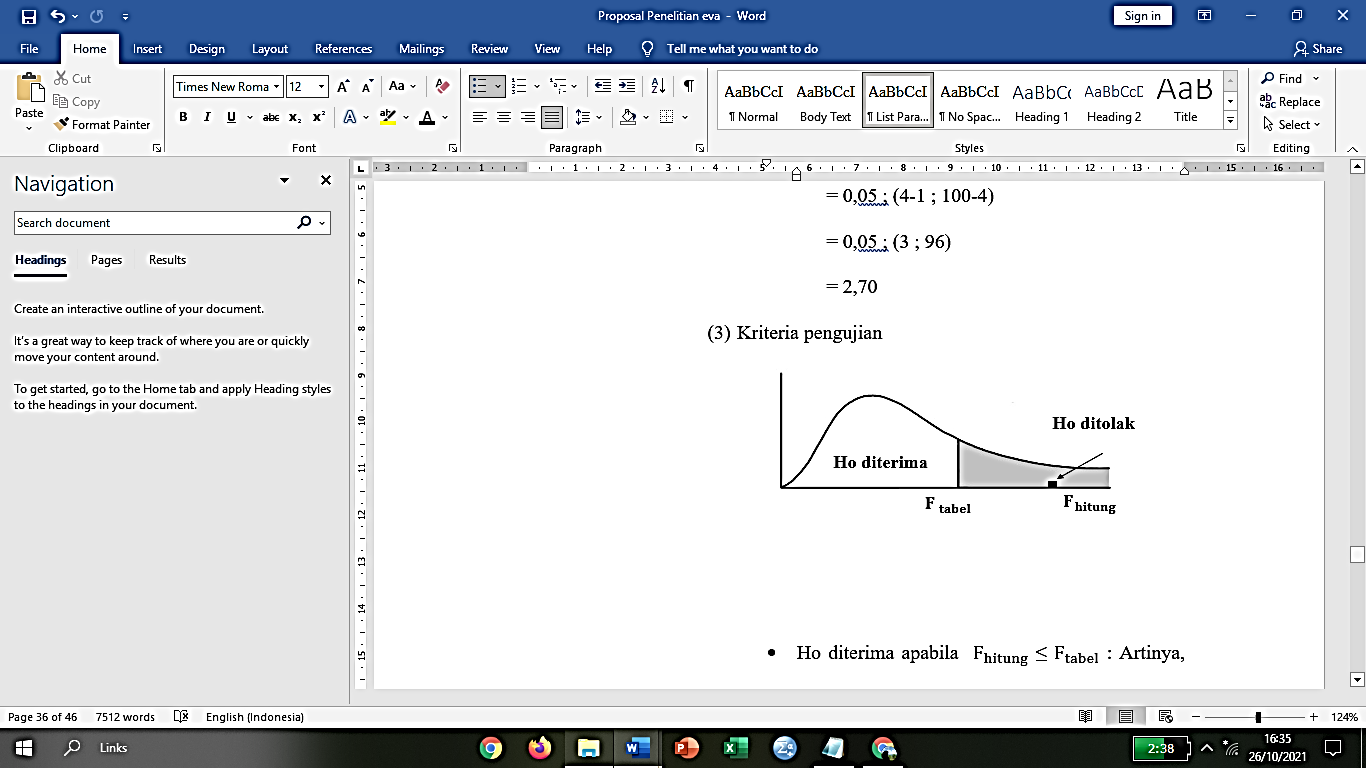
1. Menentukan tingkat signifikan α = 0,05 atau 5%

= α ; (k-1 ; n-k)

= 0,05 ; (4-1 ; 100-4)

= 0,05 ; (3 ; 96)

= 2,70

1. Kriteria Pengujian

Gambar 3.1 Kurva Normal Uji F

* Ho diterima apabila ≤ : Artinya, tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
* Ho ditolak apabila > : Artinya, ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

1. Keputusan Pengujian

Apabila > maka Ho ditolak, sehingga ada pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y atau sebaliknya.

1. **Pengujian Secara Parsial (Uji Statistik t)**

Uji signifikan parameter individu (uji t) pada dasarnya menujukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependent. Uji t dilakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial (Ghozali, 2013:98). Adapun langkah-langkah untuk melakukan uji t adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesa statistik

Ho : β = 0, berarti variabel kualitas produk, citra merek dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Garnier di Universitas Islam Batik Surakarta.

Ha : β ≠ 0, berarti variabel kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Garnier di Universitas Islam Batik Surakarta.

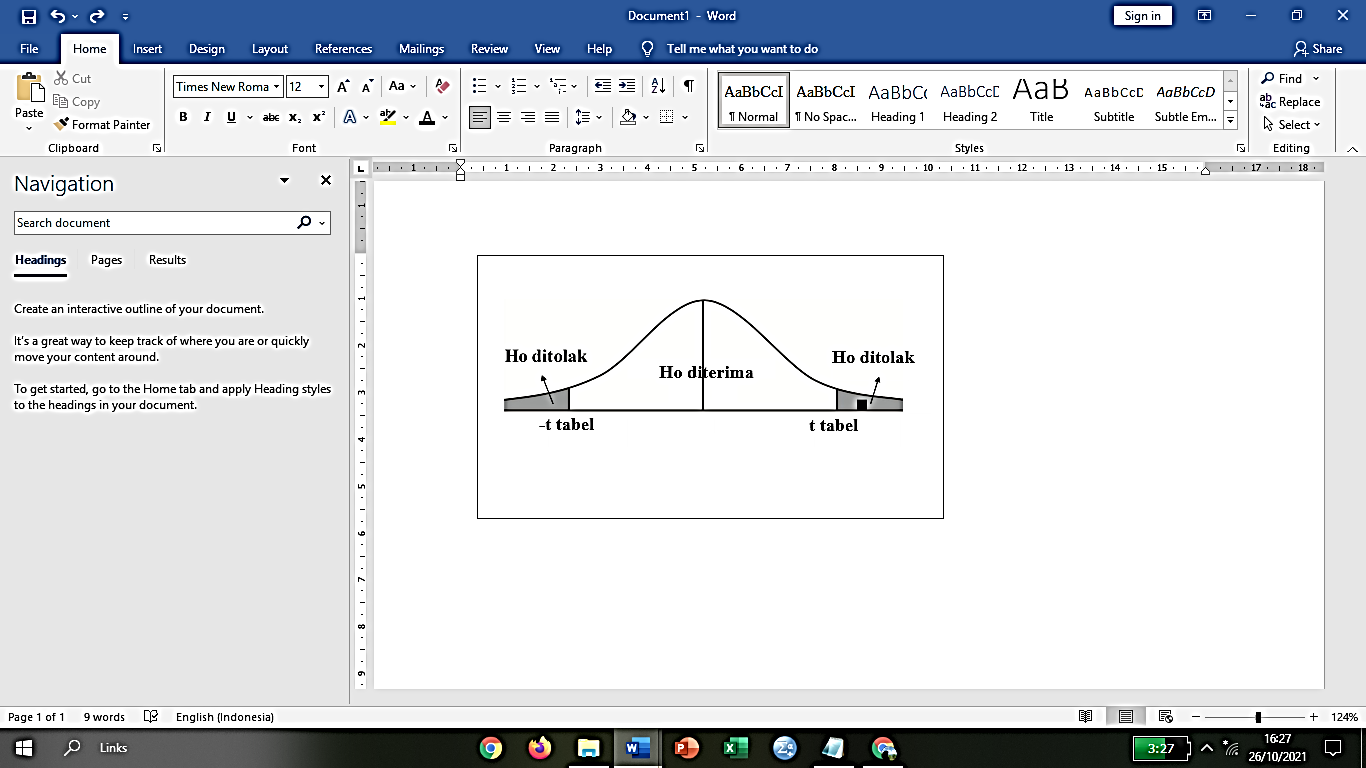
1. Menentukan tingkat signifikan α = 0,05 atau 5%

= α/2 ; n – (k-1)

= 0,05/2 ; 100 – (4-1)

= 0,025 ; 97

= 1,982

1. Kriteria Pengujian

Gambar 3.2 Kurva Normal Uji t

* Ho diterima apabila ≤ ≤

Artinya, tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

* Ho ditolak apabila > <

Artinya, ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

1. Keputusan Pengujian

Apabila > maka Ho ditolak, sehingga ada pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y atau sebaliknya.

1. **Uji Koefisien Determinasi (R²)**

Menurut (Ghozali, 2013:97) Koefisien determinasi (R2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R² pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R² pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R², nilai Adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.