# BAB IIIMETODE PENELITIAN

## Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah produk *foundation* Revlon. Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden secara online. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan produk *foundation* Revlon dan Berdomisili di Jakarta Utara*.*

## Desain Penelitian

Menurut Cooper (2014: 126—129), *design* penelitian dikelompokan atas 8 perspektif, yaitu :

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian *(Degree of Research Question Crystallization*)

Studi dapat dipandang sebagai eksplorasi atau formal. Perbedaan penting antara dua pilihan ini adalah tingkat struktur dan tujuan langsung dari studi.

Penelitian ini menggunakan studi Eksplorasi cenderung ke arah struktur longgar dengan tujuan menemukan tugas riset masa depan. Dengan maksud untuk mencari tahu lebih mendalam tentang suatu kasus untuk kemudian dapat memberikan suatu hipotesa.

1. Metode Pengumpulan Data *(Method of Data Collection)*

Data yang dikumpulkan dapat berupa hasil wawancara atau pembicaraan melalui telpon, instrumen yang dikelola sendiri atau yang dikirim sendiri, instrument yang disajikan sebelum atau setelah perlakuan. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang dipakai adalah instrument yang dikelola sendiri atau yang dikirim sendiri. Instrumen berupa kuesioner.

1. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel *(Researcher Control of Variables)*

Yang dapat diartikan penelitian ini termasuk penelitian ex post facto, karena dalam penelitian eksperimen tidak dapat mengendalikan dan/atau memanipulasi variabel dalam studi.

1. Tujuan Studi *(The Purpose of the Study)*

Terdapat dua jenis tujuan penelitian, yaitu penelitian deskriptif dan penelitian kausal. Penelitian deskriptif berkaitan dengan mencari tahu tentang apa, siapa, dimana, bilamana, atau berapa banyak dan digunakan untuk menggambarkan penelitian konsumen terhadap suatu produk. Sedangkan penelitian kausal bertujuan untuk menjelaskan hubungan-hubungan antar variabel. Penelitian ini menggunakan penelitian kausal untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik *foundation* Revlon*.*

1. Dimensi Waktu *(The Time Dimension)*

Penelitian ini menggunakan data *cross-sectional*, karena pengamatan atas variabel-variabel penelitian dilakukan sekali dan mewakili sebuah waktu tertentu, yaitu tahun 2019.

1. Cakupan Topik *(The Topical Scope)*

Penelitian ini menggunakan metode *statistical*. Studi statistik dirancang untuk lebih luas daripada mendalam. Mereka berupaya menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

1. Lingkungan Penelitian *(The Research Environment)*

Perbedaan desain penelitian juga ditentukan dari apakah penelitian terjadi di bawah kondisi lingkungan yang sebenarnya (kondisi lapangan ) atau di bawah kondisi yang di rekayasa atau di manipulasi (kondisi laboratori).

Penelitian ini menggunakan studi lapangan yaitu dengan teknik survey secara langsung melalui kuisioner

1. Persepsi Peserta

Penelitian ini berdasarkan hasil kesimpulan yang bergantung pada jawaban – jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian dimana persepsi subyek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Walaupun tidak ada bukti yang jelas akan adanya upaya responden untuk menyenangkan periset melalui dengan hipotesis yang berhasil atau bukti – bukti adanya sabotase, pada saat peserta percaya bahwa sesuatu di luar kebiasaan sedang berlangsung, mereka kemungkinan berprilaku tidak alami, Oleh karna itu, peneliti berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian untuk mengahdapi persepsi negative terhadap penelitian yang sedang peneliti lakukan.

## Oprasionalisasi Variabel

Sekaran dan Bougie (2017:77) mendefinisikan “Variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau mengubah nilai.” Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel *independent*  dalam penelitian ini adalah harga dan kualitas produk*.* Adapun variabel *dependent* adalah keputusan pembelian secara *online.*

**Tabel 3. 1**

**Oprasionalisasi Variabel Harga**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel Penelitian | Dimensi | Indikator | Skala |
| Harga( Aprillia Dewi Ratnasari& Harti (2016)) | 1. Keterjangkauan harga. | Harga produk *foundation* Revlon yang dijual terjangkau | Interval  |
| 2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. | Harga yang ditawarkan produk *foundation* Revlon lebih murah dibanding produk lain yang sejenis | Interval  |
| 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. | Harga produk *foundation* Revlon sesuai dengan kualitas produknya. | Interval  |
| 4. Kesesuaian harga dengan manfaat. | Produk *foundation* Revlon memberikan manfaat yang sesui dengan harga yang ditawarkan. | Interval |

**Tabel 3.2**

**Oprasionalisasi Variabel Kualitas Produk**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel Penelitian | Dimensi | Indikator | Skala |
| Kualitas Produk(Kotler dan Keller (2016 :393)) | 1. Bentuk | Produk *foundation* Revlon dikemas dalam keadaan baik dan menarik. | Interval |
| 2. Fitur  | Terdapat fitur tambahan seperti sponge dan kaca pada produk *foundation* Revlon. | Interval |
| 3. Penyesuaian | Produk *foundation* Revlon menyesuaikan dengan keadaan kulit dari setiap orangnya. | Interval |
|  | 4. Kualitas Kinerja | Produk *foundation* Revlon menggunakan bahan bahan yang berkulitas tinggi. | Interval |
|  | 5. Ketahanan | Produk *foundation* Revlon memiliki daya tahan penggunaan yang cukup lama. | Interval |
|  | 6. Keadaan | Produk *foundation* mudah dibawah kemana saja. | Interval |
|  | 7.Kemudahan Perbaikan | *Foundation* dapat diganti bila ternyata terjadi kecacatan produk. | Likert |
|  | 8. Gaya | *Foundation* memiliki warna yang beragam sesuai dengan kebutuhan dan kecocokan pada warna kulit. | Interval |
|  | 9.Design | *Design* dari *packaging* sangat beragam . | Interval |

**Tabel 3.3**

**Oprasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel Penelitian | Dimensi | Indikator | Skala |
| Keputusan Pembelian( Solomon (2018:189)) | *1.Need recognition* | 1. Saya membutuhkan produk *foundation* Revlon sebagai produk *make up* pilihan saya.
 | Interval |
|  |
| 2.  *Information search* | 1. Saya mencari informasi mengenai *foundation* Revlon melalui situs web, media social, keluarga dan teman yang pernah membeli produk make up Revlon
 | Interval |
|  | *3. Evaluation of Alternatives* | 1. Saya memilih produk *foundation* Revlon ketimbang produk lain yang ada di pasaran .
 | Interval |
| *4. Purchase Decision* |  1. Saya memutuskan untuk datang dan membeli produk *foundation* Revlon | Interval |
|  |

## D.Teknik Sampling

Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling.* Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*.

Sekaran dan Bougie (2017:66) mengatakan bahwa elemen pada teknik *nonprobability sampling* tidak memiliki peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai objek. Teknik *non-probability sampling* terbagi lagi menjadi *convenience sampling, judgment sampling, quota sampling,* dan *snowball sampling.* Teknik *non-probability sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *judgement sampling,* yaitu sampel yang berdasarkan kriteria – kriteria yang telah dirumuskan terlebih dahulu oleh peneliti, dalam hal ini kriteria yang telah ditentukan adalah responden yang pernah menggunakan produk Revlon yaitu *foundation* dan berdomisili di Jakarta Utara.

 Subjek pengambilan sampel pada penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan produk *foundation* Revlon dan berdomisili di Jakarta Utara, Oleh karna itu, dalam penelitian ini dilakukan pembagian kuisioner secara sistematis dengan perincian kuesioner sebanyak 126 responden yang memenuhi kriteria yaitu telah menggunakan produk *foundation* Revlon dan berdomisili di Jakarta Utara.

## Teknik Pengumpulan Data

1. **Jenis dan Sumber Data**

Peneliti menggunakan data primer. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal, *website,* dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi yang berhubungan dengan topik penelitian.

1. **Pengumpulan Data**

Teknik yang dipakai dalam pengumpulan data adalah teknik komunikasi, di mana teknik ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online melalui *Google Form* kepada responden yang pernah menggunakan produk *foundation* Revlon*.* Kuesioner yang disusun alam penelitian ini menggunakan Skala Likert.

# Teknik Analisa Data

### Uji Validitas

 Menurut Imam Ghozali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.

Uji validitas dilakukan dengan metode *correlated item – total correlations* dimana:

1. Jika nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika nilai r hitung < r tabel dan bernilai negatif, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

R hitung = n(∑XY) − (∑X)( ∑Y)

 ƒ∑n(∑X2)– (∑X)2[n(∑Y2) − (∑Y) 2

 Dimana :

n = Jumlah responden

X = Skor variabel (jawaban responden).

Y = Skor total dari variabel (jawaban responden)

### Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016: 47), suatu kuisioner yang dapat dipercaya atau dapat diandalkan menjawab seseorang terhadap yang dikonfirmasi atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Pengunaan ujian reliabilitas oleh peneliti adalah untuk menilai konsistensi pada objek dan data, apakah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk megukur objek vang sama, akan menghasikan data yang sama. Alat ukur yang dipercaya memiliki instrumen reliabilitas yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama, yang berarti dapat dipercaya berkaitan dengan konsistensi dan akurasi atau ketepatan.

Menurut Nunally dalam Ghozali (2018 : 46), Kriteria suatu variabel dinyatakan *reliable*, apabila nilai *Cronbach’s Alpha (*$α)$> 0,70.

Menurut Sekaran & Bougie (2017: 115), *Cronbach’s Alpha* adalah koefisien reliabilitas untuk menunjukkan seberapa baik koreksi antar poin pertanyaan.

Dalam menentukan relabilitas instrument dapat menggunakan rumus, yaitu:



### Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variable-variable dalam penelitian. Penggambaran data dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standard deviasi, dan rentang skala.

* 1. Rata Rata Hitung

Rata rata hitung (mean) adalah jumlah nilai yang diamati dalam distribusi dibagi dengan jumlah pengamatan. Rumus rata – rata adalah:



X= Skor rata – rata tertimbang

fi= Frekuensi

i=Skor penilaian

n= Total jumlah frekuensi

* 1. Rentang Skala

Rentang skala digunakan untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variable. Perhitungan rentang skala, dihitung dengan rumus:

$$Rs= \frac{m-p}{b}$$

Keterangan:

m = Skor tertinggi

p = Skor terendah

b = Banyaknya kategori

Dalam penelitian ini, nilai tertinggi adalah 5 dan nilai terendah adalah 1, maka rentang skala yang diperoleh adalah:

$$Rs= \frac{5-1}{1}=0.8$$

 1.81 2.6 3.41 4.2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|   | TS |   | S |   |
| STS |   | CS |   | SS |

1 1.8 2.61 3.4 4.21 5

Keterangan

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,80 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

### Asumsi Klasik

1. **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018:107). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Keadaan yang diinginkan adalah tidak terjadi multikolinearitas. Acuan untuk menentukan terjadi atau tidaknya multikolinearitas adalah:

1. Tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai Tolerance > 0,1 dan VIF < 10.
2. Terjadi multikolinearitas apabila nilai Tolerance $\leq $ 0,1 dan VIF $\geq $ 10.
3. **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual antara pengamatan yang satu dengan lainnya. Keadaan yang diinginkan adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan untuk mengetahui pola residul mengandung heteroskedastisitas atau tidak. Tingkat signifikansi yang dipakai adalah 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika sig$ \geq $0,05, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.
2. Jika sig $<$ 0,05, maka terdapat heteroskedastisitas.
3. **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:161). Keadaan yang diinginkan adalah terjadinya normalitas.

Pengujian normalitas dilakukan dengan metode uji statistik. Uji statistik dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji Kolmogorov-Smirnov dengan $α $= 0,05 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika sig. $\geq $ 0,05 maka data berdistribusi normal.
2. Jika sig. $<$ 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.
3. **Uji Autokorelasi**

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat hubungan yang kuat, baik positif maupun negatif, antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Keadaan yang diharapkan adalah tidak terjadi nya autokorelasi. Uji Autokorelasi yang digunakan adalah uji Durbin-Watson dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 3.4**

**Keputusan Dalam Uji Autokorelasi**



Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik, maka akan dilanjutkan dengan pengujian kesesuaian model (Uji F) dan pengujian hipotesis penelitian (Uji t).

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Analisis regresi berganda memberikan *mean* penilaian secara objektif pada tingkat dan ciri-ciri hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y= β\_{0}+ β\_{1}x\_{1}+ β\_{2}x\_{2}+e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

$β\_{0}$ = Konstanta

$β\_{i}= $Koefisien regresi variabel 1, 2

$x\_{1}$ = Harga

$x\_{2}$ = Resiko Kinerja

Apabila dalam analisis regresi tidak didasarkan pada analisis yang benar, maka akan mengakibatkan hasil pedugaan regeresi yang menyimpang dari harapan. Untuk itu, akan dilakukan pengujian asumsi klasik.

* 1. **Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)**

Berikut ini adalah kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi yang signifikan atau tidak signifikan:

 $H\_{0} : β\_{1}= β\_{2}=0$

 $H\_{a} : $Paling tidak ada satu $β\_{i} \ne 0$

 $dimana ⅈ=1, 2$

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika sig-F $<$ 0,05 maka tolak $H\_{0}$, artinya model regresi dapat digunakan.
2. Jika sig-F $\geq $ 0,05 maka terima $H\_{0}$, artinya model regresi tidak cocok digunakan.

Jika hasil pengujian dari Uji F adalah tolak $H\_{0}$, maka dilanjutkan ke pengujian berikutnya (Ghozali, 2018:179).

* 1. **Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)**

Menurut Imam Ghozali (2016:97), Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan/ independen secara individual dalam menerangkan variabel - variabel independen.

 $H\_{0} : β\_{1}=0$

 $H\_{a} : β\_{1} >0$

 $di mana ⅈ=1, 2$

 Sig. yang diperoleh dibagi dua (*one tailed).*

 Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika Sig-t $<$ 0,05 maka tolak $H\_{0}$ artinya variabel *independent* memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel *dependent.*
2. Jika Sig-t $\geq $ 0,05 maka terima $H\_{0}$ artinya variabel *independent* tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel *dependent.*
	1. **Koefisien Determinasi (R2)**

Menurut Ghozali (2018:97), koefisiensi determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin kecil nilai R2 mengindikasikan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan, nilai R2 yang mendekati satu mengindikasikan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.

Untuk menguji hipotesis 2 yaitu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan digunakan analisis regresi linear berganda.

Persamaan regresi model 2 adalah sebagai berikut:

**DISCLit = β0 + β1TAit + β2Revit + β3TDit + β4TFit + ε .......................... (2)**

Di mana

DISCLit = Index luas pengungkapan pemerintah daerah i pada tahun t

β0 = Penduga *intercept*

β1,2,3,4 = Penduga koefisien regresi

TAit = Logaritma natural dari total aset pemerintah daerah i pada tahun t

Revit = Total pendapatan asli pemerintah daerah i pada tahun t perkapita

TDit = Total utang pemerintah daerah i pada tahun t perkapita

TFit = dana dari pusat ke pemerintah daerah dibagi dengan total dana yang dianggarkan daerah i tahun t

## Pengujian ini dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dua sifat koefisien determinasi (R2) yaitu

1. Nilai R2 selalu positif, karena merupakan rasio dari jumlah kuadrat
2. Batasnya adalah 0 ≤ R2 ≤ 1, dimana Semakin R2 mendekati 1, maka semakin besar kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Jika R2 = 0, tidak ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan variabel dependen. Dan jika R2 = 1, berarti model regresi yang terbentuk dapat meramalkan variabel dependen.