

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Objek Penelitian**

Obyek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Produk Kosmetik Skintific. Sedangkan, subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian produk *skin care* Skintific dalam 3 bulan terakhir.

#### **B. Desain Penelitian**

Menurut Rizkia *et al* (2023:55) desain penelitian didefinisikan sebagai sebuah kerangka dasar yang dapat digunakan oleh seorang peneliti untuk membimbing dalam hal mulai dari tahap pengumpulan hingga analisis data. Pada dasarnya desain penelitian merupakan sebuah kerangka yang digunakan untuk menggambarkan setiap penjabaran rancangan penelitian yang akan dilakukan pada setiap prosedur penelitian mulai dari tujuan awal penelitian hingga tahap analisis data.

Berdasarkan jenisnya desain penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Rizkia *et al* (2023:58) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai desain penelitian yang digunakan untuk mengukur sesuatu dengan tepat. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan *tools/alat* untuk olah data menggunakan statistik, karenanya data yang diperoleh dan hasil yang didapatkan berupa angka. Penelitian kuantitatif sangat menekankan pada hasil yang objektif, melalui penyebaran kuesioner data bisa diperoleh dengan objektif dan diuji menggunakan proses validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian bisnis, pendekatan kuantitatif umumnya digunakan untuk meneliti terkait perilaku konsumen, pengetahuan, opini, maupun sikap.

Sementara itu jenis desain penelitian ini berdasarkan waktu pelaksanaan penelitian merupakan jenis penelitian *cross sectional*. Menurut Hermawan & Amirullah, (2021:25) penelitian *cross sectional* merupakan jenis penelitian yang dilakukan pada satu waktu tertentu. Maka berdasarkan jenis desain penelitian yang telah dijabarkan penelitian ini merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk menguji sebuah hipotesis secara tepat melalui uji statistik serta menggambarkan dan melihat hasil hubungan antara beberapa variabel dalam wujud berupa angka, dimana data yang akan digunakan dikumpulkan dalam satu waktu pengambilan data.

### **C. Variabel penelitian**

Menurut Bohnsteds dalam Riyanto & Hatmawan (2020:21) variabel adalah karakteristik orang, objek, atau kejadian yang berbeda dalam nilai-nilai yang dijumpai pada orang, objek, atau kejadian itu. Berdasarkan posisi atau fungsinya, variabel penelitian dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis yakni variabel bebas, dan variabel terikat. Berikut ini adalah pengertian dan indikator yang digunakan dari masing-masing variabel tersebut:

#### **1. Variabel Bebas (Independent)**

Menurut Rizkia et al (2023:173) variabel bebas, dikenal sebagai variabel prediktor, adalah variabel yang digunakan untuk memprediksi atau menjelaskan variasi dalam variabel terikat. Ini adalah faktor atau penyebab yang mungkin memengaruhi variabel terikat. Dalam regresi linier sederhana, hanya ada satu variabel bebas, sedangkan dalam regresi berganda, ada lebih dari satu. Dalam penelitian ini variabel bebas disimbolkan dengan huruf X. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari kualitas produk (X1) dan persepsi harga (X2).

**Tabel 3. 1**  
**Definisi Operasional Kualitas Produk (X1)**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kualitas Produk, Mullins <i>et al</i> dalam Indrasari (2019:33)	<i>Performance</i> (Kinerja)	Produk <i>skin care</i> Skintific memiliki kinerja yang baik dalam merawat kulit saya.	<i>Likert</i>
	<i>Durability</i> (Daya Tahan)	Produk <i>skin care</i> Skintific memiliki daya tahan produk sesuai dengan informasi <i>Expired Date</i> yang tertera pada label kemasan.	<i>Likert</i>
	<i>Conformance to specifications</i> (Kesesuaian Dengan Spesifikasi)	Produk <i>skin care</i> Skintific memiliki keragaman produk menyesuaikan jenis kulit sesuai dengan spesifikasi yang tertera di label produk.	<i>Likert</i>
	<i>Features</i> (Fitur)	Produk <i>skin care</i> Skintific mengandung komposisi bahan dasar aktif dan alami sesuai dengan konsep “ <i>a blend of cutting-edge technology and natural ingredients</i> ”.	<i>Likert</i>
	<i>Reliabilty</i> (Reliabilitas)	Produk <i>skin care</i> Skintific mampu memberikan efikasi (hasil yang maksimal) pada penggunaan dalam waktu singkat.	<i>Likert</i>
	<i>Aesthetics</i> (Estetika)	Produk <i>skin care</i> Skintific memiliki ciri kemasan yang menarik.	<i>Likert</i>
	<i>Perceived quality</i> (Kesan Kualitas)	Produk <i>skin care</i> Skintific memiliki reputasi kualitas produk yang baik.	<i>Likert</i>

**Tabel 3. 2**  
**Definisi Operasional Persepsi Harga (X2)**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Persepsi Harga, Tonce & Rangga (2022:19)	Keterjangkauan Harga	Produk <i>skin care</i> Skintific memiliki harga yang dapat dijangkau konsumen.	<i>Likert</i>
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga Produk <i>skin care</i> Skintific telah sesuai dengan kualitas produk Skintific.	<i>Likert</i>
	Daya saing harga	Produk <i>skin care</i> Skintific memiliki harga yang dapat bersaing dengan produk <i>skin care</i> lain yang serupa.	<i>Likert</i>
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk <i>skin care</i> Skintific telah sesuai dengan manfaat yang diberikan produk terhadap konsumennya.	<i>Likert</i>

## 2. Variabel Terikat (Dependent)

Menurut Rizkia et al (2023:173) Variabel terikat, dikenal sebagai variabel respons, adalah variabel yang ingin diprediksi atau dijelaskan. Ini adalah hasil atau variabel yang akan dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel bebas disimbolkan dengan huruf X. Variabel terikat dalam penelitian ini terdiri dari kepuasan pelanggan (Y).

**Tabel 3. 3**  
**Definisi Operasional Kepuasan Pelanggan (Y)**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kepuasan Pelanggan, Kotler dan Keller dalam	Kualitas produk	Saya puas dengan kualitas produk <i>skin care</i> Skintific.	<i>Likert</i>
	Kualitas pelayanan	Saya puas dengan pelayanan <i>customer care</i> Skintific dalam menangani pertanyaan konsumen.	<i>Likert</i>

Indrasari (2019:90)	Emosional	Saya bangga menggunakan produk <i>skin care</i> Skintific.	<i>Likert</i>
	Harga	Saya merasa puas dengan harga produk <i>skin care</i> Skintific karena memberikan nilai lebih kepada konsumen.	<i>Likert</i>
	Biaya	Saya merasa puas karena produk <i>skin care</i> Skintific mudah untuk dibeli di berbagai gerai <i>offline</i> maupun <i>online</i> .	<i>Likert</i>

#### D. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2022:95) *purposive sampling* sebagai bagian dari *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini sampel yang ditentukan oleh peneliti memiliki ketentuan tertentu yakni pelanggan yang pernah melakukan transaksi pembelian produk *skin care* Skintific dalam 3 bulan terakhir.

Menurut Roscoe dalam Riyanto & Hatmawan (2020:14) penentuan sampel sebaiknya diantara 30-500 sampel. Menurut Hair *et al.* (2019:132) banyaknya responden atau sampel pada penelitian, dapat ditentukan oleh banyaknya jumlah indikator pada kuesioner dengan rumus  $n \times 5$  dan  $n \times 10$ . Untuk mengukur 3 variabel pada penelitian ini, rumus yang digunakan peneliti adalah  $n \times 5$  dengan 16 indikator pertanyaan atau minimal 80 responden, namun dalam penelitian ini penulis menetapkan sampel minimal sebanyak 100 responden.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:28) teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk penelitian. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data

penelitian diantaranya adalah observasi, dokumentasi, wawancara dan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat dibentuk dalam wujud konvensional (cetak) atau dalam bentuk *online* (*Google form*). Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk *online* (*Google form*) dimana kuesioner yang disebarkan merupakan kuesioner tertutup yakni kuesioner yang telah disusun terlebih dahulu butir pertanyaannya oleh peneliti dengan pilihan jawaban yang disajikan menggunakan *skala likert*.

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:24) *skala likert* merupakan skala yang banyak digunakan peneliti dalam mengukur sikap, pendapat, persepsi atau suatu fenomena, dan paling umum disusun dalam lima kategori yakni 1). Sangat tidak setuju, 2). Tidak setuju, 3). Netral, 4). Setuju dan 5). Sangat setuju.

Dalam penelitian ini pilihan jawaban pada kuesioner disajikan dengan *skala likert* dengan bentuk pilihan jawaban 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 setuju dan 5 = sangat setuju, lebih jelasnya berikut ditampilkan *skala likert* yang digunakan dalam penelitian.

**Tabel 3. 4**  
**Skala Likert**

<b>Skala Peringkat</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

## **F. Teknik Analisis Data**

Setelah semua kuesioner diisi dan dikumpulkan, langkah berikutnya adalah mengolah data dari kuesioner agar menjadi informasi yang bermanfaat bagi

penelitian. Penulis menggunakan program IBM SPSS 25.0 untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner sehingga dapat disajikan menjadi suatu informasi data yang sesuai dengan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk mempermudah proses pengolahan data meliputi:

## **1. Uji Instrumen**

### **a. Uji Validitas**

Ghozali (2021:66) mengemukakan uji validitas suatu proses penting dalam penelitian untuk memastikan keabsahan atau kevalidan kuesioner yang digunakan, jika pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner mampu mengukur apa yang jadi tujuan dari peneliti.

Kriteria pengukuran uji validitas meliputi:

- 1) Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dikatakan bahwa bagian pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r$  hitung  $\leq$   $r$  tabel, dikatakan bahwa bagian pertanyaan dalam kuesioner tersebut tidak valid.

### **b. Uji Reliabilitas**

Ghozali (2021:61) mengemukakan reliabilitas sebagai sebuah alat ukur untuk menilai kualitas kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur dari suatu konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel maupun handal jika tanggapan atau jawaban responden dalam pertanyaan-pertanyaan di dalamnya menunjukkan konsistensi atau stabilitas dari waktu ke waktu. Sementara mekanisme tes reliabilitas atau kredibilitas pada data kajian ini dilaksanakan dengan tes statistik *Cronbach's Alpha*.

Kriteria penilaian uji reliabilitas meliputi:

- 1) Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 70%

atau 0,7 maka kuisioner tersebut reliabel.

- 2) Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 70% atau 0,7 maka kuisioner tersebut tidak reliabel.

## 2. Statistik Deskriptif

Ghozali (2021:19) mengemukakan, “statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan *skewness* (kemencengan distribusi)”.

### a. Rata-rata dan Rentang Skala

Rata-rata adalah sejumlah angka yang didapatkan dari hasil jawaban responden untuk menunjukkan titik pusat penyebaran data, sedangkan rentang skala menunjukkan batas bawah dan batas atas yang mengidentifikasi seberapa luas data tersebut tersebar disekitar titik rata-rata.

Dalam Riyanto & Hatmawan (2020:54), rumus rentang skala adalah sebagai berikut:

$$R_s = \frac{(b - k)}{B}$$

Keterangan:

$b$  = Skala angka tertinggi

$k$  = Skala angka terendah

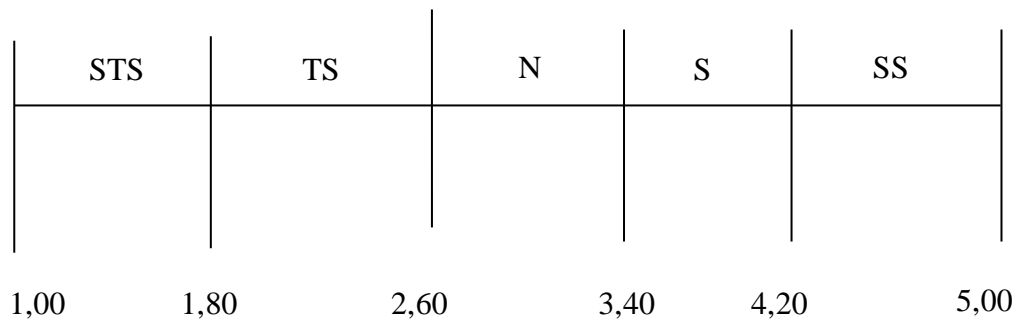
$B$  = Jumlah pilihan jawaban

Maka ukuran rentang skala yang digunakan sebagai berikut:

$$R_s = \frac{(5 - 1)}{5} = 0,80$$

Hasil rentang skala pengukuran digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 3. 1**  
**Rentang Skala Likert**



### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Ghozali (2021:196) mengemukakan uji normalitas merupakan sebuah uji statistik dengan tujuan guna melakukan pengujian apakah bentuk regresi, variabel residu mempunyai sebaran residual normal atau sebaliknya. Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) diaplikasikan pada pengujian ini.

Kriteria hasil pengukuran dinyatakan sebagai berikut:

- 1) Nilai sig. atau signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.
- 2) Nilai sig. atau signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2021:157), mengemukakan uji multikolinearitas adalah sebuah tes yang dilaksanakan untuk memperlihatkan di dalam sebuah model regresi yang diaplikasikan apakah terindikasi adanya hubungan di antara variabel bebas maupun sebaliknya. Persamaan model regresi yang baik atau layak dimana di dalamnya tidak mengalami multikolinearitas antar variabel independen.

Multikolinearitas memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Nilai VIF < 10, dinyatakan tidak terjadinya multikolinearitas.
- 2) Tolerance > 0,1, dinyatakan tidak terjadinya multikolinearitas

c. Uji Heteroskedasitas

Ghozali (2021:178), mengemukakan uji heteroskedastisitas merupakan uji guna mendapati ada maupun tidaknya perbedaan varian dari suatu residual pada sebuah pengamatan satu terhadap pengamatan lainnya. Adanya perbedaan pada varian disebut heteroskedastisitas, namun jika tetap maka disebut homoskedastisitas.

Keterangan dalam menguji heteroskedastisitas memiliki kriteria sebagaimana dinyatakan:

- 1) Sig. > 0,05, dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Sig. < 0,05, dinyatakan terjadinya heteroskedastisitas

#### 4. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut (Ghozali, 2021:145) analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap suatu variabel dependen. Analisis regresi ganda yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Estimasi Persamaan Regresi

$$y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \varepsilon$$

Persamaan regresi akan diestimasi menjadi persamaan berikut:

$$\hat{y} = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

$y$  = Variabel Kepuasan Pelanggan (Y),

$\hat{y}$  = Hasil pengamatan

<b><math>b_0</math></b>	= Konstanta regresi
<b><math>b_{1x1}</math></b>	= Koefisien variabel Kualitas Produk (X1)
<b><math>b_{2x2}</math></b>	= Koefisien variabel Persepsi Harga (X2)
<b><math>\varepsilon</math></b>	= Error

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikansi Anova (Uji Statistik F)

Ghozali (2021:148) mengemukakan uji kesesuaian model (signifikansi anova) atau uji F yang bertujuan guna memberikan indikasi apakah ada hubungan maupun pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, guna mengetahui kelayakan signifikansi regresi, apakah layak digunakan ataupun tidak, dengan hipotesis meliputi:

$$H_0: b_1 = b_2 = \dots b_k = 0$$

$$H_A: b_1 \neq b_2 \neq \dots b_k \neq 0$$

Dalam menguji hipotesis ini kriteria sebagaimana dinyatakan:

- 1) Sig. > 0.05 atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , dinyatakan tidak tolak  $H_0$  atau dapat dinyatakan tidak layaknya persamaan model regresi yang digunakan.

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

Menurut Ghozali (2021:147) uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model (variabel independen) dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi mendekati 1, artinya variabel-variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Sedangkan, nilai determinasi sebesar 0, artinya variabel-variabel independen

hanya memberikan sedikit informasi untuk menjelaskan variasi variabel dependennya.

**c. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji statistik t)**

Ghozali (2021:148) mengemukakan uji ini diaplikasikan guna mengungkapkan seberapa kuat atau besar kontribusi suatu variabel independen dalam menafsirkan variabel dependen secara individual.

Hipotesis yang digunakan meliputi:

H<sub>0</sub>:  $b_i = 0$

H<sub>A</sub>:  $b_i \neq 0$

- 1) Sig. (1-tailed) < 0.05, maka tolak H<sub>0</sub> atau terbukti terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Sig. (1-tailed) > 0.05 maka tidak tolak H<sub>0</sub> atau tidak terbukti terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.