



BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai metode yang akan digunakan dalam analisis objek penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan digunakan di dalam penelitian ini adalah produk kecantikan dari *brand Innisfree* yang berada di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. Sedangkan untuk subjek penelitian di dalam penelitian ini hanya dilakukan kepada orang-orang yang tertarik dengan produk kecantikan Korea.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:96) desain penelitian (*research design*) merupakan dokumen rancangan awal untuk melengkapi tujuan dan menjawab pertanyaan penelitian. Berdasarkan pengertian diatas Cooper dan Schindler (2017:147-152) mengklasifikasikan desain penelitian menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

1. Tingkat Perumusan Masalah

Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan studi formal.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode studi komunikasi.

3. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel



Penelitian ini merupakan penelitian desain *ex post facto*, yang mana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasinya.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

4. Tujuan Studi

Penelitian ini menggunakan metode kausal untuk menunjukkan bagaimana pengaruh *country of origin image*, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *Innisfree* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan penelitian studi *cross sectional* karena hanya dilakukan satu kali.

6. Cakupan Topik

Cakupan topik pada penelitian ini merupakan penelitian dengan desain studi statistik,

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan, karena data-data diperoleh langsung dengan menyebarkan kuesioner, khususnya untuk yang berada di wilayah Kelapa Gading dan sekitarnya

C Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisa dalam penelitian ini, yaitu *country of origin image*, *brand image*, kualitas produk dan keputusan pembelian, sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.1.
Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Country of Origin image</i>	Negara asal merek X adalah negara yang inovatif di bidang manufaktur	Saya tertarik membeli produk <i>Innisfree</i> karena inovasi Korea Selatan sebagai negara asal berkembang pesat
	Negara asal merek X adalah negara yang memiliki kemajuan teknologi tingkat tinggi	Korea Selatan tempat produk <i>Innisfree</i> berasal merupakan negara yang memiliki kemampuan teknologi tinggi
	Negara tempat merek X berasal adalah negara yang bagus dalam mendesain	Korea Selatan tempat <i>Innisfree</i> berasal merupakan negara yang memiliki selera desain yang baik
	Negara asal merek X adalah negara yang kreatif dalam pengerjaan	Korea Selatan tempat produk <i>Innisfree</i> berasal merupakan negara yang ahli dalam menciptakan produk kecantikan
	Negara asal merek X adalah negara yang memiliki	Korea Selatan tempat <i>Innisfree</i> berasal merupakan negara yang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	kualitas tinggi dalam pengerjaan	memiliki produk kecantikan dengan kualitas baik
	Negara asal merek X adalah negara yang prestisius	Saya membeli produk <i>Innisfree</i> karena melihat orang-orang di Korea Selatan memiliki kulit yang sehat dan indah
	Negara X berasal dari negara yang memiliki citra negara maju	Saya tertarik menggunakan produk <i>Innisfree</i> karena Korea Selatan merupakan negara maju
Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	Citra Pembuat (<i>corporate image</i>)	Produk <i>brand Innisfree</i> dibuat dari bahan alami dan berkualitas tinggi Produk <i>brand Innisfree</i> dibuat oleh perusahaan besar dan terpercaya
	Citra Produk	Produk <i>brand Innisfree</i> cocok digunakan pada semua jenis kulit. Produk <i>brand Innisfree</i> bervariasi dan mudah ditemukan
	Citra Pemakai	Saya menggunakan produk <i>brand Innisfree</i> karena dipakai oleh <i>artist</i> dan <i>idol</i> Korea
Kualitas Produk	<i>Performances</i>	Produk <i>Innisfree</i> dapat mempercantik kulit



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	<i>Features</i>	Produk <i>Innisfree</i> memiliki produk yang beragam untuk mengatasi aneka masalah kulit
	<i>Reliability</i>	Kualitas produk <i>Innisfree</i> sesuai dengan kulit orang Indonesia
	<i>Conformance to Specifications</i>	Kualitas Produk <i>Innisfree</i> sesuai dengan spesifikasi yang tertera di label produk
	<i>Durability</i>	Jangka waktu kadaluwarsa produk <i>Innisfree</i> relatif lama sehingga bisa digunakan dalam jangka waktu lama
	<i>Aesthetics</i>	Desain kemasan produk <i>Innisfree</i> menarik
	<i>Perceived Quality</i>	Produk <i>Innisfree</i> terbuat dari bahan-bahan alami
Keputusan Pembelian	Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk	Saya membutuhkan produk kecantikan dari <i>Innisfree</i>
	Keinginan mencoba	Saya ingin mencoba variasi lain dari produk kecantikan <i>Innisfree</i>
	Kemantapan akan kualitas produk	Saya yakin produk <i>Innisfree</i> memiliki kualitas produk yang baik
	Keputusan Pembelian Ulang	Saya akan membeli lagi produk kecantikan <i>Innisfree</i>



D. Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi yang diteliti

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk *Innisfree* di Kelapa Gading Jakarta Utara

2. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan oleh peneliti untuk mengambil sampel dalam penelitian ini adalah *judgement sampling* dengan ukuran sampel yang akan diteliti sebanyak 100 responden. Kriteria responden yang dapat mengisi kuesioner ini adalah orang yang pernah berkunjung dan membeli produk *Innisfree* di gerai *Innisfree* Mall Kelapa Gading, berusia 17 tahun keatas, dan tertarik dengan produk kecantikan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk langsung dan *Google Forms*. Kuesioner ini ditunjukkan kepada pelanggan *Innisfree* di area Kelapa Gading, dan sampel diperoleh dari pelanggan yang pernah berkunjung dan membeli produk kecantikan di *Innisfree* Kelapa Gading. Penelitian ini menggunakan disain skala likert dan data skala interval dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- 1: Sangat Tidak Setuju
- 2: Tidak Setuju
- 3: Cukup Setuju
- 4: Setuju
- 5: Sangat Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Teknik Analisis Data

© Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan perhitungan *Pearson Product Moment* yang mana kuesioner dikatakan valid bila r hitung > 0.361

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji dengan metode *Cronbach's Alpha* yang mana kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliable bila $\text{Cronbach's Alpha} \geq 0,7$.

3. Analisis Deskriptif

a. Rata-rata hitung (*mean*)

Cara menghitung mean dan standar deviasi dengan SPSS adalah menggunakan fungsi *Descriptive Statistics*. Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan.

b. Rentang skala

Skala likert di desain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju, rumus yang digunakan:

$$RS = \frac{m-1}{m}$$

Keterangan:

Rs = rentang skala

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

m = jumlah skala

sehingga rentang skala yang di dapat adalah:

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dalam setiap pertanyaan, skor nilai terendah 1 (satu) dan nilai tertinggi adalah 5 (lima) dari lima kategori penelitian. Maka rentang skala untuk penelitian ini adalah:

1,00 – 1,80 → Sangat Tidak Setuju

1,81 – 2,60 → Tidak Setuju

2,61 – 3,40 → Cukup Setuju

3,41 – 4,20 → Setuju

4,21 – 5,00 → Sangat Setuju

4. Analisis Regresi Linier

a. Persamaan regresi

Dalam penelitian ini, regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *country of origin image*, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Berikut adalah rumus dari regresi linier berganda dalam penelitian:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Adapun estimasi persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

Y atau \hat{Y} = variabel terikat (keputusan pembelian)

β_0 atau b_0 = Konstanta

β_1 atau b_1 = koefisien regresi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

β_2 atau b_2 = koefisien regresi

β_3 atau b_3 = koefisien regresi

X_1 = variabel independen (*country of origin*)

X_2 = variabel independen (*brand image*)

X_3 = variabel independen (kualitas produk)

ϵ = error

Selanjutnya akan dilakukan uji asumsi klasik berikut

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual dalam penelitian ini adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual berdistribusi tidak normal

Dengan signifikan ($\alpha = 5\%$), dasar pengambilan keputusan:

1. Jika $p\text{-value} > \alpha$ (0.05) data dikatakan berdistribusi normal atau tidak tolak H_0
2. Jika $p\text{-value} < \alpha$ (0.05) data dikatakan tidak berdistribusi normal atau tolak H_0



2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Dengan signifikan ($\alpha = 5\%$), dasar pengambilan keputusan:

1. Jika $p\text{-value} > \alpha (0.05)$ tidak terdapat heteroskedastisitas
2. Jika $p\text{-value} < \alpha (0.05)$ terdapat heteroskedastisitas

3) Uji Otokorelasi

Menurut Ghozali (2016:107-108), Uji otokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (periode sebelumnya). Metode pengujian penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson (DW-Test)

Hipotesis pengujian adalah sebagai berikut:

H_0 = tidak ada otokorelasi ($r = 0$)

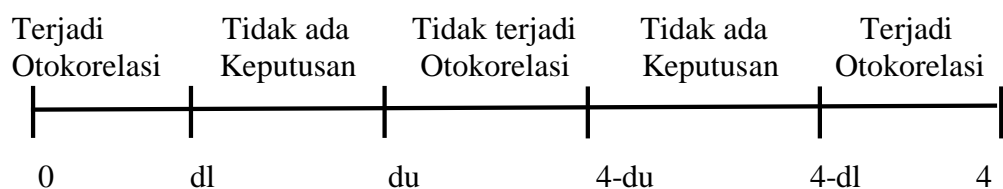
H_a = ada otokorelasi ($r \neq 0$)

Pengambilan keputusan ada tidaknya otokorelasi dinyatakan

Gambar 3.1 berikut

Gambar 3.1

Tabel Durbin Watson





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

4) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. Jika $VIF \leq 10$ dan $Tolerance \geq 0.10$ maka bebas multikolinearitas
2. Jika $VIF \geq 10$ dan $Tolerance \leq 0.10$ maka terdapat multikolinearitas

c. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96), uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dalam analisisnya, hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_a: \text{paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig \leq 0.05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y
2. Jika nilai $sig > 0.05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka tidak tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y



d. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:97), uji statistik t pada dasarnya dapat menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen.

Hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_a: \beta_i > 0$$

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat
2. Jika signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.