

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono dalam (Sriantini & Hartini 2022) penelitian dengan pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkas berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variabel menurut kejadian sebagaimana adanya yang didapat melalui instrumen penelitian baik observasi maupun kuesioner.

Metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan – penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur – prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakekat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang obyektif (V. Wiratna Sujarweni, 2022)

3.2 Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dari sumber data yaitu: Sumber data primer, yaitu data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah Masyarakat Indonesia.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab

pernyataan melalui kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, literatur, situs internet, dan penelitian terdahulu dapat berupa skripsi atau jurnal ilmiah dan segala macam bacaan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Data dapat diperoleh dengan cara kuesioner, yaitu mengadakan pengumpulan data dengan membagikan kuesioner mengenai hal-hal yang terkait dengan produk kecantikan MS Glow For Men. Dalam kuisisioner ini menggunakan skala Guttman dengan pilihan jawaban YA dan TIDAK. Bobot Nilai yang diberikan untuk setiap jawaban pertanyaan.

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran

No.	Jawaban	Skor	Skala
1	Ya	1	Ordinal
2	Tidak	0	

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono dalam (Finthariasari & Nita, 2022). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Indonesia dari usia 18 tahun keatas.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi Keren & Sulistiono dalam (Finthariasari & Nita, 2022). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pria *skincare* Ms Glow For Men. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk

meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi. Dalam penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan metode nonprobability sampling yaitu dengan menggunakan teknik sampling purposive yaitu penentu sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan tersebut adalah:

1. Usia 18 tahun keatas dengan jenis kelamin laki-laki karena kategori *skincare* pria.
2. Konsumen yang sudah pernah membeli MS Glow For Men.

Penentuan jumlah sampel yang representative menurut Hair et al., dalam (Finthariasari & Nita, 2022) adalah tergantung pada banyaknya jumlah item pernyataan yang digunakan pada kuesioner tersebut, dimana dengan mengasumsikan jumlah indikator dikali 5 sampai 10 observasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jumlah indikator dikali 10. Pada penelitian ini terdapat 20 item pertanyaan. Dengan batas minimal responden untuk penelitian ini yaitu $20 \times 5 = 100$ sedangkan batas maksimalnya yaitu $20 \times 10 = 200$. Dengan demikian, responden yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Karena Jumlah tersebut sudah dianggap dapat mewakili populasi yang akan diteliti karena sudah memenuhi batas minimal sampel.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono dalam V. Wiratna Sujarweni, 2022).

3.6 Definisi Operational Variabel

Definisi Operasional Variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang di teliti. Definisi Operasional Variabel adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel.

Tabel 3. 2 Definisi Operational variabel

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operational	Faktor
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah tahap penilaian keputusan yang menyebabkan konsumen menentukan suatu pilihan. Konsumen mungkin akan cenderung membeli merek yang disukainya. Kotler dalam (elida 2020)	MS Glow For Men menentukan alternative penawaran bagi konsumen untuk dapat melakukan keputusan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk 2. Harga 3. Place/Lokasi 4. Promosi 5. Iklan 6. People 7. Physical evidence 8. Proses 9. Budaya 10. Sosial 11. Pribadi 12. Psikologis 13. Kepercayaan 14. Loyalitas 15. Brand Ambassador 16. Persepsi Risiko 17. Personal Selling 18. Rating 19. Citra merek 20. kepuasan

3.7 Uji Persyaratan Instrument

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah penelitian dijelaskan sebagai suatu drajat ketetapan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Paling tidak yang dapat kita lakukan dalam menentukan validitas suatu instrumen pengukuran adalah menghasilkan drajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang kita yakini dalam pengukuran (Sinambela 2021).

3.7.2 Uji Realibilitas

Uji Realibilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan oengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali Priyatno (2018). Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai cronbach alpha. Jika nilai alpha $> 0,6$ artinya alat ukur yang digunakan reliable atau mencukupi.

Tabel 3. 3 Interprestasi Nilai r

Nilai Kolerasi	Keterangan
0,8000 – 1.0000	Sangat tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Prosedur pengujian:

1. Ho: data reliable

Ha: data tidak reliable

2. Apabila r hitung $>$ r tabel maka instrument reliable

Apabila r hitung $<$ r tabel maka instrument tidak reliable.

3. Pengujian Realibilitas instrument dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20).

4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dan probabilitas (sig) dengan r tabel maka dapat di simpulkan instrument tersebut dinyatakan reliable atau sebaliknya.

3.8 Metode Analisis Data

Untuk mengetahui apakah instrumen penelitian mampu mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian MS Glow For Men. Uji Cochran Q test. Sedangkan untuk mengetahui karakteristik responden digunakan analisis tabulasi sederhana dan untuk mengukur tingkat kepentingan faktor-faktor dalam pengambilan keputusan pembelian digunakan distribusi frekuensi.

3.8.1 Uji Cochran Q-Test

Setelah data siap untuk dianalisis, peneliti menentukan teknik analisis data yaitu menggunakan metode Test Cochran Q karena melalui metode ini peneliti ingin mengetahui atribut apa saja yang dianggap sah (valid). Atribut yang valid merupakan atribut yang berpengaruh dan dipertimbangkan konsumen untuk membeli MS Glow For Men.

Menurut Simamora dalam (Novita Sari 2018) Mendefinisikan Cochran Q test digunakan untuk menganalisis tingkat keberhasilan/kesuksesan data secara statistik, menguji hipotesa pada beberapa variable yang berhubungan secara dikotomi yang memiliki nilai mean yang sama.

Untuk analisis data ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan tertutup dengan alternatif jawaban “YA” dan “TIDAK”. Pengukurannya menggunakan uji Cochran. Uji Cochran digunakan pada data dengan skala pengukuran nominal atau untuk informasi dalam bentuk terpisah dua (dikotomi).

Hasil diujikan menggunakan uji Cochran Q Test, pengujian faktor dilakukan hingga menunjukkan hasil tidak terdapat perbedaan yang

signifikan antar faktor yang dipilih responden. Langkah-langkah pengujian analisis Cochran adalah sebagai berikut:

1. Membuat matrik (tabulasi) jawaban responden Setiap responden akan diminta memilih jawaban “ya” atau “tidak” pada setiap pertanyaan, kemudian dibuat tabulasi input responden.
2. Membuat matrik Cochran Dari hasil input responden, selanjutnya dibuat matrix Cochran untuk meringkas banyaknya jawaban “ya” pada setiap dimensi.
3. Membuat analisa Cochran Setelah pemuatan matrix Cochran, maka dibuat perhitungan dengan menggunakan uji analisa cochran

$$Q = \frac{(k-1)[k \sum_i C_i^2 - (\sum_i C_i)^2]}{k \sum_i R_i - \sum_i R_i^2}$$

Berikut rumus Cochran Q test, sebagai berikut:

Keterangan:

Ri: Jumlah baris jawaban “YA”

Cj: Jumlah kolom jawaban “YA”

N: Jumlah responden (baris)

C: Jumlah variabel (kolom)

Q: Critical value

Perhitungan statistika dengan Cochran Q-test. Bila hasil perhitungan tersebut masih menolak Ho, maka langkah selanjutnya adalah dengan menghilangkan Cj terendah kedua, kemudian kembali dilakukan perhitungan statistika dengan menggunakan Cochran Q-test. Langkah tersebut harus dilakukan sampai pada perhitungan statistik dengan hasil menerima Ho dan dapat disimpulkan faktor-faktor manakah yang lebih dominan mempengaruhi keputusan pembelian pada *skincare* MS Glow For Men.