

BAB III

METODOLOGI DAN PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian kuantitatif deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variable yang lain. Penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan nilai dari ekuitas merek pada Tokopedia. Penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan nilai dari ekuitas merek pada *MOP Beauty*.

3.2 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan sumber data primer dimana sumber data ini ambil langsung kepada narasumber untuk dikumpulkan dan dikelola dengan menjawab pertanyaan pertanyaan dari penelitian primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus, data penelitian ini adalah data yang diberikan kepada narasumber pengguna produk kecantikan *MOP Beauty*.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dalam bentuk kuesioner Menurut Sugiyono (2020) kuisoner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab dengan format yang telah disesuaikan untuk mempermudah pengolahan data. Pertanyaan pada kuisoner memiliki 5 alternatif

jawaban sehingga memudahkan para respon untuk memilih jawaban dari alternatif tersebut.

Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert

Penilaian	Skor	Skala
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Likert
Tidak Setuju (TS)	2	Likert
Netral (N)	3	Likert
Setuju (S)	4	Likert
Sangat Setuju (SS)	5	Likert

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2020), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu. Populasi ini akan dipelajari oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah *customer* kecantikan yang mengenal dan mengetahui *MOP Beauty*.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2020), sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik dan jumlah tertentu, serta harus mewakili populasi yang diteliti. Metode dalam pemilihan sampel adalah proses pengambilan sampel dari sebuah populasi dan metode yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pemilihan sampel dengan didasarkan pada kriteria - kriteria tertentu dengan tujuan untuk

membrikakn informasi yang maksimal Sampel pada penelitian ini adalah konsumen produk Kecantikan *MOP Beauty* yang telah ditentukan oleh peneliti. Penentuan jumlah sampel dengan kriteria responden yang diambil sebagai sampel adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Kriteria Sampel

No	Kriteria sample
1	Wanita 17 – 36 Tahun
2	Pengguna Kosmetik
3	Pernah melakukan pembelian produk <i>MOP Beauty</i>

Sumber: data diolah tahun 2024

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen *MOP Beauty* yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, penelitian ini menggunakan Rumus Hair digunakan mengingat populasinya besar dan keterbatasan waktu karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah 4 indikator dengan 16 pernyataan, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

Jumlah sampel = $16 \times 7 = 128$ Sampel

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2020) Definisi Variabel penelitian adalah karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diamati, dengan variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sebagai objek penelitian, yang kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, variabel yang dijadikan fokus adalah Ekuitas Merek, yang mencakup aspek-aspek seperti kesadaran merek, asosiasi merek, loyalitas merek, dan persepsi kualitas merek, yang semuanya berkontribusi terhadap pembentukan ekuitas merek

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2019). Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti

Tabel 3. 3 Definisi Operasional

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Operasional	Indikator	Skala
Ekuitas Merek	Ekuitas merek ialah seperangkat asosiasi dan perilaku yang dimiliki konsumen merek, saluran distribusi daya tahan hingga keunggulan yang menjadi pembeda dari merek lainnya	Ekuitas merek adalah nilai yang dirasakan konsumen terhadap suatu merek, dibandingkan dengan nilai sebenarnya. Ekuitas merek merupakan aspek penting dalam manajemen dan operasi produk karena dapat memengaruhi kinerja keuangan dan posisi kompetitif perusahaan	<p>1 Kesadaran Merek</p> <p>a) <i>Top Of Mind</i></p> <p>b) <i>Brand Recall</i></p> <p>c) <i>Brand Recognition</i></p> <p>d) <i>Unware Of Brand</i></p> <p>2 Asosiasi Merek</p> <p>a) <i>Help Process/RetriveInformation</i></p> <p>b) <i>Differentiate</i></p> <p>c) <i>Reason to buy</i></p> <p>d) <i>Create to posiive attitude/felling</i></p> <p>e) <i>Basic for extentions</i></p> <p>Persepsi Kualitas</p> <p>a) Kualitas produk</p> <p>b) Reputasi produk</p> <p>c) Karakteristik produk</p> <p>d) Kinerja produk</p>	Likert.

			<p><i>Loyalitas merek</i></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Komitmen b) Rekomendasi c) Membayar lebih mahal 	
--	--	--	--	--

3.7 Uji Persyarat instrumen

Menurut Sugiyono (2020:156) Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dalam penelitian ini yang akan diukur adalah ekuitas merek MOP Beauty

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Saputra (2022) Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjuksn sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur, Pada pengujian ini menggunakan data responden sebanyak 30 dikarenakan dapat mewakili dan berada pada garis lurus yang mendekati normal. Uji Validitas diukur melalui kriteria berikut ini:

1. H_0 : Data berinstrumen valid
2. H_a : Data berinstrumen tidak valid
3. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $sig < 0,05$, maka H_0 ditolak H_a diterima
4. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau $sig > 0,05$, maka H_0 diterima H_a ditolak

3.7.2 Uji Rehabilitas

Menurut Saputra (2022) Uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dalam suatu penelitian dapat mengukur apa yang seharusnya diukur disebut uji validitas. Dalam pengujian ini, digunakan data responden sebanyak 30 orang, karena jumlah tersebut dianggap mewakili sampel yang cukup dan berada pada garis lurus yang mendekati distribusi normalengan sampel tersebut, diharapkan hasil pengujian validitas dapat memberikan gambaran 360 yang akurat tentang sejauh mana instrumen penelitian tersebut dapat mengukur variabel yang diteliti. Uji Validitas diukur melalui kriteria berikut ini:

Prosedur pengujian:

1. H_0 : data reliabel
2. H_a : data tidak reliabel
3. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen reliabel
4. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak reliabel

Tabel 3. 4 Tingkat Reabilitas

Koefisien	Reliabilitas
0,8000 – 1,000	Sangat tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,40000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,000 – 0,1999	Sangat rendah

Sumber : Bahri (2018)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif Distribusi Frekuensi

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menilai karakteristik dari sebuah data. Pada penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mencari gambaran distribusi frekuensi penilaian ekuitas merek pada *MOP Beauty*. menggunakan rumus presentase sebagai berikut:

p = presentase

f = frekuensi jumlah

n = jumlah sampel