

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.

Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, dan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kausalitas. Menurut Sugiyono (2017) metode kausalitas yaitu bentuk penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel antara satu variabel independen yaitu etnosentrisme konsumen (X_1) dan *perceived quality* (X_2) dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y)

3.2. Sumber Data

Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer menurut Sugiyono (2017) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer di peroleh dari responden. Melalui pengisian kuesioner kepada pengguna produk kosmetik Mustika Ratu.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Menurut Sugiyono (2017) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Pertanyaan dalam kuesioner diukur dengan semantic defferensial. Skala diferensial semantik berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub). Menurut Cooper and Schindler (2006), semantic differential scale adalah ukuran psikologi yang digunakan untuk mengukur suatu objek menggunakan skala bipolar.

Dengan semantic differential scala, variabel yang akan di ukur dijabarkan dalam dua kutub, yaitu baik-buruk, tinggi-rendah, selalu-tidak pernah, besar-kecil dan lainnya yang berhubungan dengan kutub positif dan negatif. Skala diferensial semantik merupakan skala untuk mengukur sikap, tersusun dalam satu garis kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya (Sugiyono, 2017). Pengukuran menggunakan semantic differential scala menghasilkan data interval. Berikut merupakan penggunaan skala semantik diferensial

| | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | Sangat Setuju |
|---------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|------------------|

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generaliasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang menggunakan produk kosmetik Mustika Ratu.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, sehingga peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu dan sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili (Sugiyono, 2017). Penarikan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *non probability sampling* yaitu teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap anggota populasi atau setiap unsur untuk dipilih menjadi sebuah sampel (Sugiyono, 2017). Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu namun calon responden harus memiliki karakteristik tertentu (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Jenis kelamin baik perempuan maupun laki-laki.
2. Berusia mulai dari 17 sampai 55 tahun.
3. Konsumen yang menggunakan produk kosmetik Mustika Ratu di Lampung.

Ukuran populasi dalam penelitian tidak dapat diketahui dengan pasti. Hair et all (2010) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, maka jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator. Hair et all juga mengemukakan bahwa ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden. Maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah sampel} &= 10 \times \text{jumlah indikator} \\ &= 10 \times 17 \\ &= 170\end{aligned}$$

Berdasarkan uraian diatas, maka jumlah responden penelitian berjumlah 170 responden yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi.

3.5. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi yang tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017).

3.5.1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2017) variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat. Berdasarkan definisi tersebut, maka variabel independen dalam penelitian ini adalah etnosentrisme konsumen (X1) dan *perceived quality* (X2)

3.5.2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2017) variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.6. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti. Menurut Wiratna Sujarweni (2015), memberikan pengertian tentang definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana.

Tabel 3.1.

Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Konsep | Definisi Operasional | Indikator | Skala Pengukuran |
|------------------------|---|---|--|------------------|
| Etnosentrisme konsumen | Etnosentrism cenderung lebih menyukai produk lokal dibandingkan produk asing. Konsumen ethnocentris cenderung bangga dengan merek, simbol, dan budaya nasionalisnya. Konsumen etnosentris yang tinggi mempunyai persepsi yang lebih baik produk dalam negeri dibandingkan dengan produk luar negeri (Shimp dan Sharma dalam | Etnosentrisme konsumen merupakan konsumen yang lebih memilih mengkonsumsi atau menggunakan produk buatan dalam negeri yang didasarkan pada kecintaan pada produk lokal atau domestik. | 1. Produk kosmetik lokal Mustika Ratu merupakan produk kosmetik pilihan yang paling utama, terakhir dan terpenting 2. Orang Indonesia harus selalu membeli produk kosmetik lokal Mustika Ratu daripada produk kosmetik impor. 3. Membeli produk kosmetik lokal | Interval |

| | | | | |
|--|--------------------|--|---|--|
| | Solehudin 2016) | | <p>Mustika Ratu merupakan tindakan yang terbaik</p> <p>4. Sebaiknya kegiatan perdagangan dan pembelian produk kosmetik dari luar negeri dilakukan hanya sedikit, kecuali jika dibutuhkan</p> <p>5. Meskipun membeli produk kosmetik lokal Mustika Ratu membebankan biaya, tetapi saya lebih suka mendukung produksi kosmetik dalam negeri</p> <p>6. Kita harus membeli produk kosmetik buatan Indonesia daripada membiarkan</p> | |
|--|--------------------|--|---|--|

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | <p>negara lain memperoleh kekayaan dari kita.</p> <p>7. Membeli produk kosmetik buatan luar negeri merupakan hal yang tidak benar, karena mengakibatkan orang Indonesia kehilangan pekerjaan</p> <p>8. Orang Indonesia sejati harus selalu membeli produk kosmetik lokal Mustika Ratu</p> <p>9. Membeli produk kosmetik buatan luar negeri tidak mencerminkan orang Indonesia</p> <p>10. Orang asing seharusnya tidak dibiarkan</p> | |
|--|--|--|---|--|

| | | | | |
|--------------------------|--|--|---|----------|
| | | | untuk menjual produk kosmetik mereka di pasar domestik Indonesia. (Marina Tomic et al 2019) | |
| <i>Perceived quality</i> | <i>Perceived quality</i> (persepsi kualitas) merupakan persepsi konsumen terhadap kualitas keseluruhan dari suatu produk atau jasa dapat menentukan nilai dari produk atau jasa tersebut dan berpengaruh secara langsung kepada keputusan pembelian konsumen (Darmadi Duriyanto,dkk) | <i>Perceived quality</i> merupakan persepsi konsumen tentang kualitas suatu produk yang mewakili penilaian konsumen mengenai keseluruhan pada keunggulan suatu produk. | 1. Kualitas 2. Kehandalan 3. Daya Tahan (Vania Dwi dan I Gusti Agung 2018) | Interval |
| Keputusan | Konsumen | Keputusan | 1. Pertimbangan | Interval |

| | | | | |
|-----------|---|--|--|--|
| Pembelian | akan memutuskan produk yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut berkaitan dengan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhannya. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. (Kotler & Armstrong, 2014) | pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. | 2. Prioritas 3.Kecepatan Memutuskan 4.Kemudahan memperoleh (Vania Dwi dan I Gusti Agung 2018) | |
|-----------|---|--|--|--|

3.7 Uji Persyaratan Instumen

3.7.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) uji validitas adalah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana *degree of freedom* (df)= $n-2$ dengan sig 5%. Jika r tabel < r hitung maka valid menurut Wiratna

Sujarweni (2015). Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *product moment*.

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total seluruh item

Prosedur pengujian :

1. Ho : data valid

Ha : data tidak valid

2. Ho : apabila r hitung > r tabel maka instrument valid

Ha : apabila r hitung < r tabel maka instrument tidak valid

Atau

Ho : apabila sig < 0,05 maka Instrument valid

Ha : apabila sig > 0,05 maka Instrument tidak valid

3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS

(Statistical Program and Service Solution seri 20.0).

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

3.7.2. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi timbangan internal melalui Cronbach Alpha (α). Alat untuk mengukur reliabilitas yang banyak digunakan adalah Cronbach Alpha.

Tabel 3.2
Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

| Koefisien r | Reliabilitas |
|-----------------|---------------|
| 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 |

Sumber: Sugiyono (2010, p.183)

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0)

3.8. Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2013: 110) tujuan dari uji normalitas adalah sebagai berikut: “Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Alat uji yang digunakan adalah model One Sample Kolmogrov-Smirnov Test hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam regresi berdistribusi normal atau tidak.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal
 H_a : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal
2. Apabila (Sig) > 0,05 maka H_0 diterima (Normal)
 Apabila (Sig) < 0,05 maka H_a ditolak (Tidak Normal)
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0).

4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) $> 0,05$ atau sebaliknya maka variabel X normal atau tidak normal.

3.8.2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Jadi untuk mengerjakan Skripsi berjudul "Korelasi antara", "Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan Test for Linearity pada taraf signifikansi 0,05.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : model regresi berbentuk linier
 H_a : model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) $< 0,05$ (Alpha) maka H_0 ditolak
 Jika probabilitas (Sig) $> 0,05$ (Alpha) maka H_0 diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) $> 0,05$ atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

3.8.3. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2016:103), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal

adalah variabel independent yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol.

Kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
- b. Jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas

3.9. Metode Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian menurut (Wiratna Sujarweni, 2015).

3.9.1 Regresi Linear Berganda

Menurut Imam Gozali (2013) analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan, antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan model standardized sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y: Keputusan pembelian

X1: Etnosentrisme konsumen

X2: Perceived quality

b1: Koefisien regresi untuk variabel etnosentrisme konsumen

b2: Koefisien regresi untuk variabel perceived quality

e: Error

3.9.2. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel tetap atau persentase pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tetapnya. Koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase yang diketahui dari nilai Adjusted R Square yang diperoleh dari hasil pengujian statistik menggunakan program SPSS versi 20.0 Regresi dengan lebih dari dua variabel independen digunakan *adjusted R square* sebagai koefisien determinasi. *Adjusted R square* adalah nilai *R square* yang telah disesuaikan. Nilai R² berkisar dari 0 sampai dengan 1. Jika mendekati 1 berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai mendekati angka 0 berarti semakin lemah kemampuan variabel independen untuk dapat menjelaskan fluktuasi variabel dependen.

3.10. Pengujian Hipotesis

3.10.1. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2013: 98). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$).

1. Pengaruh etnosentrisme konsumen (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ho = Etnosentrisme konsumen (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) produk kosmetik Mustika Ratu.

Ha = Etnosentrisme konsumen (X_1) berpengaruh terhadap keputusan

pembelian (Y) produk kosmetik Mustika Ratu.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
- b. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima atau
- c. Jika nilai t hitung > t tabel maka Ho ditolak
- d. Jika nilai t hitung < t tabel maka Ho diterima

2. Pengaruh *Perceived quality* (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ho = *Perceived quality* (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) produk kosmetik Mustika Ratu.

Ha = *Perceived quality* (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) produk kosmetik Mustika Ratu.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
- b. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima atau
- c. Jika nilai t hitung > t tabel maka Ho ditolak
- d. Jika nilai t hitung < t tabel maka Ho diterima

3.10.2. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen) (Kuncoro, 2010: 98). Bila nilai F hitung lebih besar daripada F tabel, maka dapat dikatakan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Imam Ghozali, 2009). Dalam penelitian ini Uji statistik F digunakan untuk mengetahui pengaruh (X_1) dan (X_2) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu (Y).

Etnosentrisme konsumen (X_1) dan *perceived quality*(X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

Ho = Etnosentrisme konsumen (X_1) dan *perceived quality*(X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) produk kosmetik Mustika Ratu.

H_a = Etnosentrisme konsumen (X_1) dan *perceived quality* (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) produk kosmetik Mustika Ratu.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 - b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F_{tabel} pada $db_1 = k$ dan $db_2 = n - k - 1$
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak
 - b. Jika nilai sig $> 0,05$ maka H_0 diterima
4. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.

Pengujian regresi linier berganda dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0).