

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengguna produk kecantikan *skincare*, *The Originote*. *The Originote* adalah merek perawatan kulit yang didirikan pada tahun 2022, menampilkan beberapa rangkaian produk perawatan kulit yang disesuaikan untuk mengatasi berbagai masalah kulit dan cocok digunakan mulai dari usia 17 tahun (remaja) ke atas. Setiap produk dirancang untuk menangani masalah kulit tertentu, mengandung bahan-bahan canggih namun tetap terjangkau harganya. *The Originote* mendapatkan perhatian besar di platform media sosial TikTok, dengan testimoni positif dari pengguna yang berkontribusi pada popularitasnya. Merek ini menghadapi tantangan dalam memenuhi permintaan karena produknya sering habis terjual akibat minat konsumen yang tinggi. Akibatnya, transaksi penjualan produk merek ini menunjukkan kinerja yang sangat positif melalui media sosial dan pasar online di Indonesia. Salah satu produk *The Originote*, yaitu "Moisturizer," bahkan meraih penghargaan bergengsi Brand Choice Award 2023 dari INFOBRAND.ID bekerja sama dengan TRAS N CO Indonesia, sebuah lembaga riset. Penghargaan Brand Choice 2023 merupakan pengakuan yang luar biasa yang diberikan oleh TRAS N CO Indonesia, bekerja sama dengan media INFOBRAND.ID, kepada merek nasional dan internasional yang memasarkan produknya melalui pasar online di Indonesia, mengakui keberhasilan mereka sebagai pilihan yang diinginkan oleh konsumen Indonesia.

The. Originote. hadir untuk memenuhi kebutuhan seluruh lapisan masyarakat Indonesia dengan misi membawa perawatan kulit berkualitas tinggi yang tetap terjangkau. Salah satu produk unggulan mereka, *The. Originote. Hyalucera Moisturizer*, hadir sebagai inovasi dengan tekstur clear watery gel, dirancang khusus untuk mengurangi permasalahan kulit yang sering dihadapi oleh penduduk Indonesia. yang berada di iklim tropis. Produk ini tidak hanya mencerminkan komitmen *The. Originote.* terhadap kualitas, tetapi juga menjawab kebutuhan spesifik kulit dalam kondisi iklim tropis di Indonesia. Dengan demikian, *The. Originote.* tidak hanya menjadi merek skincare yang terjangkau, tetapi juga memberikan solusi konkret untuk merawat kulit dalam konteks iklim tropis.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana metode penelitian yang digunakan berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

3.3 Identifikasi Variabel

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang memiliki variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 3 macam variabel, yaitu:

1. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel yang tergantung pada variabel lain disebut variabel terikat (*dependent variable*). Variabel terikat merupakan variabel yang mendapatkan pengaruh dari data karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu loyalitas pelanggan (Y)

2. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel yang tidak tergantung dengan variabel lainnya disebut variabel bebas (*independent variable*). Variabel bebas adalah variabel yang memberikan perubahan pada variabel terikat (Sugiyono, 2019). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X)

3. Variabel mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang secara teori dapat mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel mediasi ialah variabel perantara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen secara tidak langsung mempengaruhi perubahan variabel dependen (Sugiyono, 2019). Variabel mediasi pada penelitian ini yaitu jumlah kepuasan pelanggan (Z).

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian – penjelasan tentang

Rancangan operasionalisasi di maksudkan untuk mengetahui pengukuran variabel-variabel penelitian yang meliputi penjelasan mengenai

nama variabel, sub variabel, indikator variabel, dan skala pengukuran dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	Kualitas Produk (X)	Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Daga 2017)	1. Kinerja (<i>Performance</i>): 2. Fitur (<i>Features</i>) 3. Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>) 4. Kemampuan Layanan (<i>Serviceability</i>) 5. Kualitas yang Dirasakan (<i>Perceived Quality</i>):	Skala Likert
2.	Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dimiliki untuk membeli dan menggunakan produk atau layanan yang sama. Pelanggan yang berulang kali mengunjungi tempat yang sama untuk memuaskan keinginan dengan mendapatkan dan membayar produk atau layanan (Kotler & Keller (2020)	1. Melakukan pembelian berulang dengan teratur. 2. Membeli antar lini jasa atau produk. 3. Mereferensikan atau merekomendasikan ke orang lain. 4. Menolak adanya tarik produk atau jasa dari pesaing.	Skala Likert
3.	Kepuasan Pelanggan (Z)	Kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan pelanggan yang berupa perasaan ataupun penilaian terhadap penggunaan produk dimana harapan dan kebutuhannya terpenuhi (Sesaria, 2020).	1. Puas terhadap kualitas pelayanan. 2. Nilai yang dirasakan 3. Harapan konsumen	Skala Likert

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Data Kuantitatif adalah data yang dapat dihitung atau diukur secara langsung berupa angka-angka, nilai-nilai dimensi dan lain-lain.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini di dapat dari dua sumber, *pertama* sumber data primer dari kuisioner yang diisi oleh responden berdasarkan sampel yang telah ditetapkan sebanyak 96 responden. *Kedua*, data Sekunder yaitu data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti atau data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya. Data sekunder yang didapat penulis dalam penelitian ini diperoleh dari artikel, jurnal dan penelitian terdahulu.

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya orang, tetapi juga benda-benda dan objek alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh sifat atau karakteristik yang dimiliki oleh objek atau subjek itu. (Sugiyono, 2019). Adapun yang menjadi populasi penelitian ini adalah pelanggan produk kecantikan *skincare The Originote* yang kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

3.6.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan teknik untuk mengetahui sampel yang digunakan dalam penelitian. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive*, yaitu penentuan sampel dengan

pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Pertimbangan yang dimaksud adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian terhadap produk kecantikan *skincare. The. Originote.*

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Sampel yang digunakan adalah pelanggan produk kecantikan *skincare. The. Originote.* Karena populasi pelanggan produk kecantikan *skincare. The. Originote.* tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel yaitu menggunakan rumus Lameshow (David dan Stanley, 2008):

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96 P= Maksimal estimasi 50%

d = Sampling error 10%

Berdasarkan rumus, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96)^2 (0,5)(1-0,5)}{(0,1)^2} \\ &= \frac{(3,8416)(0,25)}{0,01} = 96 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, maka dapat di peroleh jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu 96 responden. Adapun kriteria sampel yang ditentukan adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya tahun 2021-2024 yang masih aktif
2. Mahasiswa yang menggunakan produk kecantikan secara aktif.

3. Produk kecantikan yang digunakan adalah produk *Skincare, The Originote*.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data pada penelitian ini yaitu menggunakan angket. Angket atau yang biasa disebut dengan kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016). Ditinjau dari penyampiannya metode ini dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Questioner langsung, yakni apabila daftar pertanyaannya dikirim langsung kepada orang yang ingin diminta pendapat dan diminta menceritakan tentang keadaan dirinya.
2. Questioner tidak langsung, yakni apabila daftar pertanyaannya dikirim kepada seorang yang diminta menceritakan tentang keadaan orang lain.

Mengacu pada pendapat di atas, penulis akan menggunakan metode angket langsung, karena pertanyaan yang dibuat ditujukan kepada orang yang menjadi objek penelitian. Maka angket pada penelitian ini akan diajukan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang menggunakan produk kecantikan skincare *The Originote*.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan suatu alat ukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel (Sunjono, 2013). Pengujian valid jika nilai r hitung $>$ nilai tabel dengan menggunakan nilai $\alpha=0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan (Sunjono, 2013). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Penelitian ini dikatakan reliabel jika memiliki *Crobach Alpha* $>$ 0,60.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal baik secara *univariat* maupun *multivariat*. Uji normalitas juga untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal (Abdullah, 2015). Dikatakan normal apabila nilai tingkat signifikasinya $>$ 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dilakukan pengujian multikolinearitas yaitu untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi

antar variabel. Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolinearitas adalah nilai *tolerance* harus > 0.10 (Sugiyono, 2019). Dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 artinya tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastistas

Uji heteroskedastistas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance*, dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas (Abdullah, 2015).

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu variabel *independent* sebagai *prediktor* (Sugiyono, 2013).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Y= Variabel Terikat

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X= Variabel Bebas

e= *error term*

e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 digunakan untuk mengukur proporsi penurunan variabel Y sebagai akibat penggunaan variabel X (Gudono, 2015). Artinya Uji R^2 bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel *independent*. Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai 1. Nilai 0 berarti kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* terbatas. Namun jika nilai mendekati 1 berarti variabel *independent* memberikan hampir semua informasi dalam memprediksi variasi variabel *dependent*.

3.8.2 Uji Hipotesis

1. (Uji t)

Uji t merupakan uji statistik untuk menguji perbedaan. Uji t melihat secara individu bagaimana koefisien regresi hanya satu yang memengaruhi Y. Artinya masing-masing variabel *independent* memiliki pengaruh terhadap variabel *dependent* (Priyono, 2016). Variabel *independent* dapat dikatakan memengaruhi variabel *dependent* jika t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $t < 0,05$. Berikut cara untuk menentukan t tabel:

$$t \text{ tabel} = t(\alpha/2; n-k-1)$$

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah:

- a. H_0 : variabel *independent* tidak memiliki dampak pada variabel *dependent*.
- b. H_a : variabel *independent* memiliki dampak pada variabel *dependent*.

2. Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan perluasan analisis regresi linier berganda. Analisis jalur adalah teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi linier berganda jika variabel *independent* memengaruhi variabel *dependent* tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung (Abdullah, 2015). Dalam analisis jalur sebelum peneliti melakukan analisis penelitian hubungan sebab akibat, terlebih dahulu peneliti membuat diagram jalur yang digunakan untuk merepresentasikan permasalahan dalam bentuk gambar dan menentukan persamaan struktural yang menyatakan hubungan antar variabel pada diagram jalur tersebut (Abdullah, 2015).

3. Uji Sobel

Uji sobel digunakan untuk menguji pengaruh variabel mediasi (Ghozali 2018). Uji sobel dapat dihitung dengan cara berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 S_b^2}$$

Keterangan:

S_{ab} : Besarnya standar eror pengaruh tidak langsung

a. Jalur variabel *independent* (X) dengan variabel mediasi (Z)

b. Jalur variabel mediasi (Z) dengan

variabel *dependent* (Y) S_a : Standar

eror koefisien a

S_b : Standar eror koefisien b

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung di perlukan menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$$t: ab/S_{ab}$$

Dikatakan terdapat pengaruh variabel mediasi dalam memediasi hubungan variabel *independent* dengan variabel *dependent* jika nilai t hitung > nilai t tabel (Ghozali 2018).