

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis data yang digunakan adalah bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga dari penelitian ada variabel independen dan dependen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap dependen (Sugiyono, 2009).

B. Obyek dan Subyek Penelitian

1. Obyek Penelitian

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah kosmetik merek Wardah.

2. Subyek Penelitian

Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen kosmetik merek Wardah.

C. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk tujuan spesifik dan menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden untuk memperoleh informasi dari responden.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan/kriteria tertentu (Sugiyono, 2009). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Konsumen yang berusia 17 tahun keatas, karena dianggap sudah dapat mengambil keputusan sendiri.
2. Pernah melakukan pembelian kosmetik merek Wardah minimal 2 kali, karena untuk mengetahui apakah konsumen memiliki niat untuk melakukan pembelian kembali kosmetik merek Wardah.

Menurut Roscoe dalam Sekaran (2003) besarnya sampel penelitian ditentukan sebanyak 25 kali variabel penelitian, sehingga jumlah sampel penelitian ini ditentukan sebanyak $25 \times 4 = 100$ responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan memberikan kuesioner secara langsung kepada responden yang menggunakan kosmetik merek Wardah. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009). Jenis kuesioner yang digunakan adalah *close ended* dengan skala likert. *Close ended* yaitu kuesioner yang berisi pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya oleh peneliti.

F. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*) (Sugiyono, 2009). Jika terdapat variabel bebas, variabel terikat juga hadir, dan dengan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel terikat. Dengan kata lain, varian variabel terikat ditentukan oleh variabel bebas (Sekaran, 2003). Dalam penelitian ini, kesadaran merek sebagai variabel bebas (*independent*).

2. Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (*independen*) (Sugiyono, 2009). Melalui analisis terhadap variabel terikat (yaitu, menemukan variabel

yang memengaruhinya), adalah mungkin untuk menemukan jawaban atau solusi atas masalah (Sekaran,2003). Dalam penelitian ini, niat pembelian ulang konsumen berlaku sebagai variabel terikat (*dependen*).

3. Variabel Mediasi

Variabel moderator mediasi adalah variabel yang mengemuka antara waktu variabel bebas mulai bekerja memengaruhi variabel terikat, dan waktu pengaruh variabel bebas terasa pada variabel terikat. Variabel mediasi mengemuka sebagai sebuah fungsi variabel bebas yang berlaku dalam situasi apa pun serta membantu mengkonsepkan dan menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sekaran, 2003). Dalam penelitian ini, persepsi kualitas dan loyalitas merek berlaku sebagai variabel moderator.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana caranya mengukur variabel. Menurut Sekaran (2003), definisi operasional adalah definisi sebuah ide dalam istilah yang bisa diukur dengan mengurangi tingkat abstraksinya melalui penggambaran dimensi dan elemennya. Definisi operasional dalam penelitian ini, adalah:

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

| Variabel | Definisi | Indikator | Sumber |
|-------------------|---|---|--------------------------------|
| Kesadaran Merek | Kesanggupan konsumen untuk mengenali dan mengingat merek Wardah adalah bagian dari merek kosmetik yang non alkohol | <ul style="list-style-type: none"> a. Mampu mengingat merek kosmetik halal b. Mampu untuk mengenali jenis-jenis kosmetik halal c. Kemampuan konsumen mengingat salah satu iklan kosmetik halal yang ditayangkan di televisi d. Kemampuan konsumen mengenali logo kosmetik halal e. Kemampuan konsumen mengingat <i>Brand Ambassador</i> kosmetik halal f. Mampu untuk mengetahui kelebihan produk | Naufal, 2014 yang disesuaikan |
| Persepsi Kualitas | Persepsi seorang pembeli terhadap kualitas dan keunggulan kosmetik merek Wardah dibandingkan dengan produk pesaing. | <ul style="list-style-type: none"> a. Kualitas / mutu sesuai dengan yang diharapkan b. Dapat memberi kenyamanan saat dipakai c. Aman ketika digunakan d. Penampilan yang menarik e. Penampilan yang berbeda dengan merek yang lainnya f. Memiliki kualitas yang lebih bagus dari merek lainnya g. Terasa ringan bila digunakan sehari-hari | Hardian, 2010 yang disesuaikan |

| Variabel | Definisi | Indikator | Sumber |
|----------------------|---|---|--------------------------------|
| Loyalitas Merek | Kemungkinan konsumen untuk terus menggunakan merek Wardah, kemungkinan untuk merekomendasikan orang lain agar menggunakan Wardah, dan tidak terpengaruh oleh promosi kosmetik merek lain. | <ul style="list-style-type: none"> a. Kemungkinan konsumen untuk menggunakan Wardah b. Kemungkinan konsumen untuk merekomendasikan Wardah kepada orang lain c. Kemungkinan konsumen akan membeli kembali meskipun mengalami kenaikan harga d. Kemungkinan konsumen akan membeli Wardah walaupun harganya lebih mahal dari merek lain e. Kemungkinan konsumen tidak terpengaruh oleh promosi kosmetik merek lain. | Hardian, 2010 yang disesuaikan |
| Niat pembelian ulang | Perilaku konsumen setelah pembelian yang sebelumnya didasari oleh kepuasan | <ul style="list-style-type: none"> a. Menjadikan Wardah sebagai pilihan utama saat akan melakukan pembelian b. Tidak mempertimbangkan merek lain c. Keinginan untuk melakukan pembelian kembali d. Keinginan untuk melakukan pembelian kembali karena kualitas e. Keinginan untuk melakukan pembelian kembali karena merasa cocok f. Keinginan untuk melakukan pembelian kembali karena halal | Naufal, 2014 yang disesuaikan |

| Variabel | Definisi | Indikator | Sumber |
|----------|----------|--|--------|
| | | h. Keinginan untuk melakukan pembelian kembali karenan non alkohol | |

H. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Sebelum melakukan analisis data, langkah awal dalam menganalisis data penelitian adalah dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap daftar pertanyaan atau kuesioner yang diajukan dengan tujuan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner dapat menjadi alat pengukur yang valid dan reliabel dalam mengukur suatu gejala yang ada. Adapun penjelasan secara lengkap mengenai langkah-langkah dalam analisis adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana alat ukur yang digunakan mampu mengukur apa yang kita ukur dan bukan mengukur yang lain. Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah uji validitas untuk validitas konstruk (*construct validity*). Uji validitas diukur dengan analisis bivariat yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen. Item pertanyaan dikatakan valid jika signifikan (α) < 5% atau < 0,05 (Rahmawati Dkk, 2012). Indikator pertanyaan akan dinyatakan valid dari output SPSS Statistic pada tabel correlation dengan melihat sig. (2-tailed). Pengujian validitas instrument diolah menggunakan program software SPSS Statistic 15.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana stabilitas dan konsistensi dari alat ukur yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi. Dalam penelitian, pengujian kualitas data yang sering dilakukan adalah uji reliabilitas untuk reliabilitas konsistensi internal, dimana konsep ini menekankan pada konsistensi butir-butir pertanyaan dalam suatu instrument (Rahmawati Dkk, 2012). Indikator pertanyaan dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha $> 0,6$ (Rahmawati Dkk, 2012). Pengujian reliabilitas diolah menggunakan program software SPSS Statistic 15.

I. Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Metode Analisis Data

Regresi linear berganda adalah analisis regresi antara satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas (Ghozali, 2011). Analisis regresi linear berganda diolah menggunakan program software SPSS Statistic 15.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dengan Goodness of Fitnya. Secara statistik setidaknya dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t. perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada

dalam daerah dimana H_0 diterima (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, uji statistik yang digunakan yaitu uji koefisien determinasi (R^2) dan uji statistik t (uji parsial).

a. Uji t (Uji Parsial)

Pembuktian hipotesis secara parsial dilakukan dengan uji t yaitu uji yang digunakan untuk menguji kebermaknaan koefisien regresi secara parsial diantara variabel terikat terhadap variabel bebas (Ghozali, 2011). Adapun langkah-langkah dalam pengujian secara parsial adalah sebagai berikut (Ghozali, 2011):

Menentukan Hipotesis

$$H_0 : b_1 = 0$$

Artinya, semua variabel independent bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependent.

$$H_1 : b_1 \neq 0$$

Artinya, semua variabel independent merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependent

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variasi variabel independen menerangkan variasi variabel dependen, Ghozali (2011). Nilai R^2 yang semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

c. Uji Variabel Mediasi

Variabel mediasi disebut dengan variabel intervening atau variabel antara. Menurut Baron dan Kenny (1986) dalam Ghozali (2011) suatu variabel disebut mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Jika variabel independen tidak lagi mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen setelah mengontrol variabel mediator, maka dinyatakan terjadi *perfect* atau *complete mediation*. Jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berkurang tetapi masih berbeda dari 0, setelah mengontrol variabel mediator, maka dinyatakan terjadi *partial mediation* (www.people.ku.edu).