

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah teknik sistematis dengan tujuan mengumpulkan informasi secara ilmiah dengan fokus pada tujuan yang telah ditetapkan. Menggunakan observasi, wawancara, atau angket untuk menggambarkan keadaan saat ini terkait subjek penelitian penelitian menggunakan penelitian deskriptif. Dengan menggunakan berbagai alat seperti kuesioner, pengujian hipotesis melalui hasil pengumpulan data atau menjawab pertanyaan penelitian, memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara terperinci dan faktual situasi aktual yang sedang diselidiki (Hardani *et al.*, 2020).

Dalam pendekatan kuantitatif, metode ini berdasarkan pada positivisme, diterapkan dalam meneliti populasi & sampel penelitian. Instrumen penelitian yang telah disusun dengan teliti digunakan untuk pengumpulan data yang selanjutnya dianalisis secara statistik atau kuantitatif dalam pengujian hipotesis yang telah disusun sebelumnya (Hardani *et al.*, 2020).

3.2 Objek Penelitian

Objek yang diteliti yaitu Natasha *Skincare* Bintaro, sebuah perusahaan yang berfokus pada layanan perawatan kulit, terletak di Bintaro, Pondok Betung, Provinsi Banten. Natasha *Skincare* Bintaro menjadi salah satu destinasi utama bagi masyarakat yang peduli dengan kesehatan dan kecantikan kulit di wilayah tersebut. Dengan berlokasi strategis di pusat kota dan reputasi yang terpercaya, Natasha *Skincare* Bintaro telah menjadi pilihan favorit bagi banyak individu yang mencari solusi perawatan kulit yang berkualitas dan professional.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian yaitu pelanggan Natasha di daerah Bintaro. Populasi ini terdiri dari individu yang secara aktif menggunakan layanan perawatan kulit dari Natasha *Skincare* Bintaro minimal sekali dalam sebulan. Metode penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu/ metode *purposive sampling* (Hardani *et al.*, 2020). Alasan digunakannya teknik ini karena tepat digunakan dalam penelitian kuantitatif.

Jumlah sampel ditentukan dengan mengacu pada teori yang dijelaskan oleh Hair *et al.* (2020), di mana jumlah sampel representatif ditentukan dengan mengalikan seluruh indikator yang digunakan bersama angka 5 hingga 10. Berikut adalah perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini:

$$\text{Jumlah Indikator} \times 10 = 14 \times 10 = 140$$

Dari perhitungan tersebut, disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan 140 sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data primer merupakan data yang digunakan, didapatkan menggunakan penyebaran angket atau kuesioner kepada responden yang berisi pertanyaan terkait penelitian.

3.4.1 Kuesioner

Penyebaran daftar pertanyaan/kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen Natasha *Skincare* Bintaro dengan lima alternatif jawaban yang jawabannya akan dikumpulkan sebagai data penelitian. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan berbagai kuesioner atau pertanyaan-pertanyaan tentang persepsi pelanggan terhadap Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepuasan Pelanggan. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur jawaban kuesioner.

Dalam menilai pendapat, persepsi, dan sikap individu terhadap fenomena sosial, Skala *Likert* berperan penting dalam penelitian (Algifari, 2019). Skala *Likert* berfungsi dalam pengukuran variabel-variabel yang dijelaskan sebagai

indikator-indikator dalam penelitian ini. Indikator-indikator ini kemudian dijadikan dasar untuk merumuskan elemen instrumen dalam bentuk pertanyaan/pertanyaan. Berikut adalah skor untuk masing-masing jawaban dari setiap pertanyaan:

1. Skor 1 = Sngt Tdk Setuju (STS)
2. Skor 2 = Tdk Setuju (TS)
3. Skor 3 = Ragu-Ragu (N)
4. Skor 4 = Setuju (S)
5. Skor 5 = Sngt Setuju (SS)

Data yang dikumpulkan meliputi:

1. Identitas responden
2. Data mengenai tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi.

Tabel 3.1 *Kuesioner penilaian skala likert*

No	Variabel	Indikator	Skor				
			STS	TS	T	S	SS
1	Kualitas Produk	1. Saya merasa puas dengan kinerja produk ini.					
		2. Saya menganggap fitur-fitur produk ini cukup memadai.					
		3. Produk ini terbukti dapat diandalkan dalam penggunaan sehari-hari.					
		4. Produk ini sesuai dengan harapan saya.					
		5. Produk ini memiliki ketahanan yang baik terhadap penggunaan jangka panjang.					
		6. Saya merasa puas dengan kemampuan pelayanan yang diberikan terhadap produk ini.					
		7. Saya menghargai aspek estetika atau keindahan dari produk ini.					
		8. Saya memiliki kesan yang baik terhadap kualitas keseluruhan produk ini.					
2	Citra Merek	1. Saya merasa citra perusahaan ini cukup baik.					
		2. Persepsi saya terhadap citra konsumen dari perusahaan ini positif.					
		3. Citra produk yang dimiliki oleh perusahaan ini menarik bagi saya.					
3	Kepuasan Pelanggan	1. Saya merasa bahwa harapan saya telah sesuai dengan pengalaman kunjungan ini.					
		2. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke tempat ini di masa yang akan datang.					
		3. Saya bersedia merekomendasikan tempat ini kepada teman atau keluarga saya.					

3.4.2 Studi Pustaka

Pengumpulan data untuk memastikan kevalidan penelitian mencakup buku-buku tentang manajemen pemasaran dan pemasaran jasa, serta literatur seperti jurnal-jurnal manajemen dan bahan bacaan yang relevan dengan topik penelitian ini.

3.4.3 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian berupa kuesioner. Saat mengisi kuesioner, responden diharuskan memilih satu opsi paling sesuai pengalaman atau pandangannya. Berikut ini adalah instrumen pada penelitian ini:

Instrumen Penelitian

Dalam konteks melakukan penelitian, penyusunan skripsi Program S1 Manajemen Fakultas Humaniora dan Bisnis Universitas Pembangunan Jaya. Perkenalkan saya Rizka Madaniah (2019021091) Mahasiswi semester 8 yang saat ini melakukan penelitian tentang “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK NATASHA SKINCARE DENGAN MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN”.

Identitas Responden

Nama (Jika berkenan mengisi)

Mohon Bapak/Ibu Saudara/I bersedia menjawab pertanyaan berikut ini dengan cara tanda silang (X) sesuai dengan keadaan sebenarnya :

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

2. Umur :
 - a. 18 s/d 25 tahun
 - b. Diatas 25 tahun s/d 30 tahun
 - c. Diatas 30 tahun s/d 40 tahun
 - d. Diatas 40 tahun s/d 50 tahun
 - e. Diatas 50 tahun

3. Pekerjaan:
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Wiraswasta
 - c. Karyawan
 - d. Lain-lain

4. Pendapatan:
 - a. <Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000-Rp 2.500.000
 - c. Rp 2.500.000-Rp 3.500.000
 - d. Rp >Rp 3.500.000

5. Apakah anda pernah melakukan perawatan atau menggunakan produk dari Natasha *Skincare* minimal 6 bulan terakhir?
 - a. Ya
 - b. Tidak

6. Apakah anda pernah melakukan pembelian produk dan jasa Natasha *Skincare* minimal satu kali?
 - a. Ya
 - b. Tidak

II Petunjuk Pengisian :

Pilihlah salah satu jawaban sesuai dengan jawaban yang anda yakini dengan cara memberikan tanda *ceklis* (✓) pada kolom yang tersedia

Keterangan :

Tabel 3.2 *Skor Penilaian*

Keterangan Jawaban		Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.5 Definisi Operasional

Tabel 3.3 *Definisi Variabel X*

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Produk	Hasil gabungan semua atribut fisik dan fungsional barang atau jasa yang diperoleh melalui proses penjualan, teknik manufaktur, dan perawatan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan penggunaanya dengan baik.	1.Citra perusahaan 2.Citra konsumen 3.Citra produk

Tabel 3.4 Definisi Variabel X

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Citra Merek	Menggambarkan seluruh pandangan yang dimiliki konsumen tentang suatu merek, yang dibentuk melalui informasi dan pengalamannya terhadap merek tersebut di masa lalu	1.Citra perusahaan 2.Citra konsumen 3.Citra produk

Tabel 3.5 Definisi Variabel Z

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kepuasan Pelanggan	Setelah membandingkan pelayanan/produk yang diterima dengan harapan yang dimilikinya, konsumen merasakan tingkat kepuasan.	1.Kesesuaian Harapan 2.Minat Berkunjung Kembali 3.Kesediaan Merekomendasi

3.6 Teknik Analisis Data

SEM digunakan sebagai teknik analisis pada data, sebuah cara analisis multivariat yang menggabungkan analisis faktor dan regresi. Data dianalisis menggunakan program AMOS yang membantu dalam memproses dan menginterpretasikan model SEM (Hamid & Anwar, 2019a).

Menurut (Andriasari, 2021), *software statistic*, digunakan untuk analisis multivariat, khususnya dalam pemodelan persamaan struktural (SEM). Tujuannya yaitu untuk membantu peneliti menyederhanakan proses perhitungan data yang kompleks.

1) Penyajian Data

Data yang diperoleh dalam studi ini akan dijelaskan dalam bentuk tabel untuk mempermudah pengolahan data dan mendukung pengambilan keputusan.

2) Analisis Statistik Data

Langkah-langkah Model analisis menggunakan SEM yaitu:

1. Pengembangan model teoretis

Dalam pengembangan model SEM, langkah awalnya adalah membangun model berdasarkan teori kuat. Kemudian model yang diteliti diuji secara eksperimental menggunakan analisis SEM.

2. Mengembangkan diagram (diagram jalur)

Model teoretis yang dikembangkan pada tahap awal menjelaskan diagram jalur yang dievaluasi menggunakan AMOS. Diagram jalur ini membantu untuk secara visual mengilustrasikan hubungan sebab-akibat yang ingin diuji dalam penelitian.

3. Pengubahan diagram alur -> persamaan

Model tergambar pada diagram jalur diubah menjadi persamaan matematis. Dilakukan otomatis oleh perangkat lunak AMOS untuk menganalisis data.

4. Memilih matriks masukan dan mengestimasi model

Dalam tahap ini, digunakan matriks kovarian sebagai matriks data masukan karena penelitian ini menguji hubungan kausalitas antar variabel.

5. Estimasi model

Metode estimasi yang diterapkan adalah teknik maksimum likelihood yang tersedia dalam perangkat lunak AMOS. Jumlah responden dalam penelitian ini mencapai 100 orang.

6. Mengevaluasi Penentuan Model Struktural

Dalam konteks model struktural, kesuksesan tergantung pada kemampuan untuk memperoleh estimasi parameter yang akurat. Karena ada banyak solusi yang mungkin, penting untuk memilih solusi yang paling tepat, yang sering kali disebut sebagai masalah identifikasi. Jika ada masalah identifikasi yang terdeteksi, program akan memberi tahu pengguna untuk melakukan koreksi.

7. Mengevaluasi kesesuaian model Kriteria

Kesesuaian model dinilai melalui mempertimbangkan model yang berbeda kesesuaian model dengan banyak penilaian yang berbeda, detail:

(1) Mengevaluasi hipotesis SEM, meliputi:

a) Normalitas

Estimasi kemungkinan maksimum memerlukan variabel yang diamati untuk memenuhi asumsi normalitas multivariat dengan mengamati nilai cr (critical ratio) yang harus di antara $-2.58 \leq cr \leq 2.58$ pada taraf signifikansi 0,01 (1%).

b) Outlier

Observasi data dengan karakteristik yang jauh dari data lainnya, baik dalam satu variabel maupun variabel kombinasi. Melalui perbandingan nilai Mahalanobis distance dari setiap observasi dengan nilai *chi-square* yang sesuai dengan jumlah indikator yang digunakan. Ketika nilai *Mahalanobis distance* melebihi nilai *chi-square*, dapat dikatakan bahwa terdapat outlier dalam dataset tersebut.

c) Multikolinearitas dan Singularitas

Yang perlu dilihat pada uji multikolinearitas dan singularitas adalah determinan matriks kovarians. Faktor penentu kecil yang menunjukkan adanya multikolinearitas dan singularitas.

(2) Pengecekan kelengkapan model

Menggunakan beberapa indeks kelengkapan dan nilai ambang batasnya untuk memeriksa apakah model penelitian diterima/ ditolak (Hamid & Anwar, 2019b):

Tabel 3.6 Indeks kelengkapan beserta nilai ambang batasnya

No	Goodness of Fit	Cut off Value
1	Chi-Square	Positif
2	RMSEA	≤ 0.08
3	AGFI	≥ 0.90
4	GFI	≥ 0.90
5	TLI	≥ 0.90

6	CFI	≥ 0.90
7	IFI	≥ 0.90
8	NFI	≥ 0.90
9	PGFI	<i>Parsimony</i> ≥ 0.5
10	PNFI	≥ 0.60

