

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Amuntai, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa wilayah ini memiliki potensi pasar kosmetik yang cukup berkembang, khususnya di kalangan generasi muda. Objek penelitian difokuskan pada Generasi Z perempuan kelahiran tahun 1998 hingga 2010 yang mengetahui atau pernah menggunakan produk kosmetik Wardah, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang relevan mengenai perilaku konsumen terhadap merek tersebut.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan melalui data yang berbentuk angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik.

Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian serta analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, pendekatan ini dinilai paling sesuai untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen.

3.3 Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa penelitian asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah citra merek, sedangkan variabel dependen adalah minat beli konsumen.

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus penelitian. Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z perempuan yang berdomisili di Kota Amuntai, Kabupaten Hulu Sungai Utara (HSU), yaitu individu usia 16-28 tahun (kelahiran 1998-2010) yang mengetahui atau pernah menggunakan produk kosmetik Wardah. Berdasarkan Kabupaten Hulu Sungai Utara dalam Angka 2025, total populasi Kota Amuntai 51.842 jiwa. Mengacu pada proporsi Generasi Z sebesar $\pm 15\%$ – 20% serta difokuskan pada perempuan, maka estimasi populasi dalam penelitian ini ditetapkan $N = 4.500$ jiwa.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil untuk mewakili keseluruhan populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu.

Jumlah sampel dalam penelitian ini dapat ditentukan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (*error tolerance*)

Sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan e = 10%:

$$n = \frac{4.500}{1 + 4.500 \cdot (0,10)^2}$$

$$n = \frac{4.500}{1 + 4.500 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{4.500}{1 + 45}$$

$$n = \frac{4.500}{46}$$

$$n = 97,8 = 97 \text{ responden}$$

Ukuran sampel 97 responden dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria:

- Generasi Z perempuan usia 16-28 tahun (kelahiran 1998-2010)
- Berdomisili di Kota Amuntai
- Mengetahui atau pernah menggunakan Wardah

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel digunakan untuk memberikan batasan yang jelas terhadap variabel penelitian agar dapat diukur secara empiris. Variabel citra merek mengacu pada teori Tjiptono (2015) yang dioperasionalkan melalui dimensi citra pembuat, citra pemakai, dan citra produk, sedangkan variabel minat beli mengacu pada indikator yang dikemukakan oleh Ferdinand (2014).

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Citra Merek (X) (Tjiptono, 2015)	Citra Pembuat (<i>Corporate Image</i>) (Tjiptono, 2015)	1. Wardah memiliki reputasi yang baik 2. Wardah dipercaya oleh konsumen 3. Wardah dikenal sebagai kosmetik halal 4. Wardah memiliki citra perusahaan yang profesional	Likert

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		Citra Pemakai <i>(User Image)</i> (Tjiptono, 2015)	1. Pengguna Wardah memiliki kesan positif 2. Wardah cocok digunakan Generasi Z 3. Pengguna Wardah terlihat modern dan percaya diri 4. Wardah sesuai dengan gaya hidup masa kini	Likert
		Citra Produk <i>(Product Image)</i> (Tjiptono, 2015)	1. Produk Wardah berkualitas baik 2. Memiliki keunggulan dibanding pesaing 3. Memiliki ciri khas yang mudah dikenali 4. Aman digunakan	Likert
	Minat Beli (Y) (Ferdinand, 2014)	-	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	Likert

Sumber : Data Diolah 2026

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner (angket). Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian.

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Instrumen ini digunakan karena mampu mengukur persepsi dan sikap responden secara sistematis. Alat yang digunakan dalam penelitian oleh penulis adalah Kuesioner berstruktur (tertutup), Kuesioner dilakukan penyusunannya melalui pilihan jawaban yang menjadikan responden sebatas perlu melakukan pemilihan pada satu jawaban. agar memastikan keakuratan pengukuran, alat ini perlu memiliki skala yang terdefinisi dengan baik.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Simbol	Keterangan	Skor Penilaian
1	SS	Sangat Setuju	5
2	ST	Setuju	4
3	RG	Ragu-Ragu	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data Diolah 2026

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian karena menentukan kualitas data yang akan dianalisis. Data yang baik harus

diperoleh melalui prosedur yang sistematis, terarah, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (Google Form). Kuesioner dipilih karena sesuai dengan pendekatan kuantitatif yang digunakan, dimana data yang diperoleh berupa tanggapan responden yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik.

Menurut Sugiyono (2019), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data mengenai sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena sosial.

Sejalan dengan itu, Ferdinand (2014) menyatakan bahwa kuesioner merupakan instrumen utama dalam penelitian kuantitatif karena mampu mengukur variabel penelitian secara terstruktur melalui indikator-indikator yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan menggunakan kuesioner, peneliti dapat mengumpulkan data dalam jumlah besar secara efisien dan dalam waktu relatif singkat.

Dalam penelitian ini, kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, yaitu citra merek dan minat beli konsumen. Setiap indikator dijabarkan ke dalam bentuk pernyataan yang disusun secara sistematis agar mudah dipahami oleh responden. Pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap item pernyataan.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup, dimana responden hanya diminta untuk memilih jawaban yang telah disediakan. Hal ini bertujuan untuk memudahkan proses pengolahan data serta meningkatkan konsistensi jawaban responden.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian, yaitu Generasi Z perempuan kelahiran tahun 1998 hingga 2010 di Kota Amuntai yang mengetahui atau pernah menggunakan produk kosmetik Wardah. Penyebaran kuesioner dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media online, seperti Google Form, guna menjangkau responden secara lebih luas dan efisien.

Selain itu, sebelum kuesioner disebarkan, dilakukan uji coba instrumen untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan dapat dipahami dengan baik oleh responden. Hal ini penting untuk meminimalisir kesalahan dalam pengisian serta meningkatkan validitas data yang diperoleh.

Penggunaan kuesioner dalam penelitian ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain mampu menghemat waktu dan biaya, memungkinkan pengumpulan data dalam jumlah besar, serta memberikan kemudahan dalam proses analisis data. Dengan demikian, teknik pengumpulan data melalui kuesioner dinilai tepat dan relevan untuk digunakan dalam penelitian ini.

3.8 Teknik Penentuan Skor

Teknik penentuan skor dalam penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat responden terhadap pernyataan

yang berkaitan dengan variabel citra merek dan minat beli konsumen. Skala Likert dipilih karena mampu memberikan kemudahan dalam mengukur variabel yang bersifat abstrak, seperti persepsi dan sikap, menjadi data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik.

Menurut Sugiyono (2019), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang terhadap fenomena sosial dengan cara memberikan skor pada setiap alternatif jawaban. Melalui skala ini, responden diminta untuk menyatakan tingkat persetujuannya terhadap suatu pernyataan.

Sejalan dengan itu, Imam Ghozali (2018) menjelaskan bahwa penggunaan skala Likert dalam penelitian kuantitatif memungkinkan data yang diperoleh diolah menggunakan teknik analisis statistik, seperti regresi dan uji hipotesis, sehingga hasil penelitian menjadi lebih objektif dan terukur.

Dalam penelitian ini, setiap pernyataan dalam kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan positif yang berkaitan dengan indikator variabel. Responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi atau pendapat mereka. Setiap jawaban kemudian diberi skor sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju
2. Skor 4 untuk jawaban setuju
3. Skor 3 untuk jawaban ragu-ragu
4. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju
5. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju

Pemberian skor dilakukan secara berurutan, dimana nilai tertinggi menunjukkan tingkat persetujuan yang paling tinggi terhadap pernyataan yang diberikan. Dengan demikian, semakin tinggi skor yang diperoleh responden, maka semakin positif persepsi responden terhadap variabel yang diteliti.

Data yang diperoleh dari hasil pengukuran menggunakan skala Likert kemudian diolah dengan cara menjumlahkan skor dari setiap item pernyataan untuk masing-masing variabel. Hasil penjumlahan tersebut selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam analisis statistik untuk menguji pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen.

Dengan menggunakan teknik penentuan skor ini, diharapkan data yang diperoleh mampu mencerminkan kondisi sebenarnya dari persepsi responden serta dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian secara akurat.

3.9 Uji Validitas dan reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas merupakan tahap penting dalam penelitian kuantitatif untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Instrumen yang baik harus memenuhi dua kriteria utama, yaitu valid (sahih) dan reliabel (konsisten), sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya dan digunakan dalam analisis lebih lanjut.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan kata lain, instrumen yang valid adalah instrumen yang benar-benar mampu mengukur variabel yang diteliti.

Sejalan dengan itu, Imam Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu item pernyataan dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini, uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Dalam SEM-PLS, validitas terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan, dimana validitas konvergen diukur melalui nilai *outer loading* yang dinyatakan valid apabila $\geq 0,70$, namun nilai $\geq 0,50$ masih dapat diterima pada tahap awal, serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang harus $\geq 0,50$. Sementara itu, validitas diskriminan dilihat melalui nilai *cross loading*, dimana nilai indikator pada konstruknya harus lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk lain, serta nilai akar kuadrat AVE yang harus lebih besar dari korelasi antar konstruk.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019), reliabilitas adalah derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu. Sementara itu, Imam Ghozali (2018) menyatakan bahwa reliabilitas berkaitan dengan keandalan suatu instrumen dalam menghasilkan data yang stabil dan konsisten.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Dalam SEM-PLS, reliabilitas diukur melalui nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*, dimana suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Composite Reliability* $\geq 0,70$ dan *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$. Namun, pada tahap penelitian eksploratif, nilai $\geq 0,60$ masih dapat diterima. Dengan demikian, apabila seluruh variabel dalam penelitian memiliki nilai reliabilitas sesuai kriteria tersebut, maka instrumen penelitian dinyatakan konsisten dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Berdasarkan uraian tersebut, uji validitas dan reliabilitas merupakan tahapan yang sangat penting dalam penelitian kuantitatif untuk menjamin kualitas instrumen penelitian. Instrumen yang valid dan reliabel akan menghasilkan data yang akurat dan dapat dipercaya, sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan kesimpulan serta pengujian hipotesis secara ilmiah.

3.10 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses pengolahan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis data dilakukan secara sistematis agar hasil penelitian dapat diinterpretasikan secara ilmiah dan objektif.

Menurut Sugiyono (2019), analisis data dalam penelitian kuantitatif merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul, yang meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel, mentabulasi data, menyajikan data, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis. Sementara itu, Imam Ghozali (2018) menyatakan bahwa analisis data bertujuan untuk mengolah data menjadi informasi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan serta penarikan kesimpulan penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Analisis dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel citra merek terhadap minat beli konsumen. Tahapan analisis meliputi evaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas, serta evaluasi model struktural (*inner model*) untuk menguji hubungan antar variabel.

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini,

uji t digunakan untuk menguji apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Menurut Imam Ghozali (2018), uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan metode SEM-PLS melalui *bootstrapping* dengan melihat nilai *t-statistic* dan *p-value*, dimana variabel dinyatakan signifikan jika $t\text{-statistic} \geq 1,96$ atau $p\text{-value} \leq 0,05$.

