

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Konsep

a. Inovasi Produk

Menurut Dhewanto dkk. (2015) inovasi produk merupakan proses yang dikembangkan produsen untuk produknya dengan tujuan menawarkan solusi permasalahan yang dihadapi agar produknya unggul dalam persaingan.

b. Kualitas Produk

Menurut Kotler & Keller (2016) kualitas produk merupakan kemampuan produk dalam memenuhi atau melampaui harapan konsumen.

c. Harga

Menurut Kotler & Amstrong (2018) harga tidak hanya jumlah uang yang dikeluarkan untuk barang atau jasa, harga juga merupakan nilai yang diberikan pelanggan untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

d. Minat beli

Menurut Kotler & Keller (2016) minat beli merupakan ukuran seberapa besar kemungkinan konsumen ingin membeli suatu merek, atau seberapa kemungkinan konsumen beralih dari satu merek ke merek lainnya.

B. Definisi Oprasional

a. Inovasi produk

Menurut Dhewanto dkk. (2015) terdapat beberapa indikator inovasi produk sebagai berikut:

- 1) Fitur produk.
- 2) Desain dan rancangan produk.
- 3) Kualitas produk.

b. Kualitas produk

Menurut Kotler & Keller (2016) indikator kualitas produk sebagai berikut :

- 1) *Performance Quality* (Kualitas Kinerja).
- 2) *Reliabilitas* (Keandalan).
- 3) *Form* (Bentuk).
- 4) *Durability* (Daya Tahan).
- 5) *Feature* (Fitur).
- 6) *Conformance Quality* (Kesesuaian Kualitas).

c. Harga

Berikut indikator-indikator harga menurut Kotler & Amstrong (2018):

- 1) Keterjangkauan harga.
- 2) Kesesuaian dengan kualitas produk.
- 3) Daya saing harga.
- 4) Kesesuaian dengan manfaat.

d. Minat Beli

Berikut indikator-indikator minat beli menurut Kotler & Keller (2016)

- 1) Minat transaksional.
- 2) Minat referensial.
- 3) Minat preferensial.
- 4) Minat eksploratif.

C. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang mendasar pada filsafat positivisme yang digunakan untuk mengetahui populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan menganalisis data yang bersifat kuantitatif dengan maksud menguji hipotesis yang telah ditentukan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli Viva Cosmetics pada Generasi Z di Yogyakarta. Dalam menentukan tujuan penelitian ini telah disesuaikan dengan rumusan masalah dan hipotesis yang telah dibuat.

D. Jenis dan Sumber data

Menurut Sugiyono (2019) sumber data terbagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer yaitu data yang

diperoleh langsung di tempat observasi, dan sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumentasi. Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer. Dalam penelitian ini pengumpulan data diperoleh langsung melalui kuesioner *online* berupa *Google Form* kepada anak muda Generasi Z berdomisili di Yogyakarta yang mengetahui produk Viva Cosmetics.

E. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019) populasi dalam penelitian adalah keseluruhan subyek dan objek dengan karakteristik khusus yang ditentukan oleh peneliti untuk digeneralisasikan kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah anak muda Generasi Z yang berdomisili di Yogyakarta.

Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini *non-probability sampling*, dan teknik sampel menggunakan *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih (Sugiyono, 2019). Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memiliki kriteria tertentu. Kriteria sampel untuk melakukan penelitian ini:

- a. Jenis kelamin perempuan
- b. Berdomisili di Yogyakarta
- c. Umur minimal 13 tahun sampai 28 tahun
- d. Mengetahui produk Viva Cosmetics

Menurut Hair et al. (2019) apabila total populasi penelitian tidak diketahui secara pasti, maka jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung dengan cara jumlah indikator dikali dengan 5. Indikator dalam penelitian ini sebanyak 18 indikator. Maka, jumlah sampel ditentukan $18 \times 5 = 90$ responden. Artinya sampel penelitian ini sebanyak 90 orang responden.

F. Metode pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner dalam bentuk kuesioner *Google Form* yang disebarkan kepada anak muda Generasi Z yang memenuhi kriteria dengan bantuan aplikasi *whatsapp*. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Dengan skala *likert* memungkinkan variabel penelitian dipecah menjadi indikator-indikator yang spesifik untuk diukur (Sugiyono, 2019). Responden diminta untuk menjawab kuesioner sesuai bobot pengukuran skala *likert* yaitu:

Sangat Setuju (SS) = Skor 5

Setuju (S) = Skor 4

Netral (N) = Skor 3

Tidak Setuju (TS) = Skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) tujuan dari validitas adalah untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian benar-benar valid atau sah. Validitas kuesioner diuji melalui signifikansi korelasi pada taraf signifikansi 0,05 dengan metode *Pearson Correlation* kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$: item atau instrumen kuesioner valid
2. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$: item atau instrumen kuesioner tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi atau keandalan dalam pengukuran, sehingga mampu memberikan hasil yang stabil. Uji ini dilakukan pada setiap butir pernyataan dan suatu variabel dianggap reliabel apabila *Cronbach's Alpha* melebihi $> 0,60$.

H. Uji Asumsi Dasar

Uji Normalitas

Penelitian ini mengadopsi pendekatan Monte Carlo dalam melaksanakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat keyakinan (*confidence level*) sebesar 95%. Menurut Ghozali (2018) kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas menggunakan Monte Carlo adalah:

1. Jika signifikansi $> 0,05$ data dinyatakan berdistribusi dengan normal.
2. Jika signifikansi $< 0,05$ data dinyatakan tidak berdistribusi dengan normal.

I. Uji Asumsi Klasik

a. Uji multikolinearitas

Dalam model regresi, uji multikolinieritas digunakan untuk melihat korelasi antar variabel bebas (X). Batas nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 maka data tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018). Jika seluruh variabel bebas (X) dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas, dapat disimpulkan variabel bebas (X) dapat digunakan dalam penelitian.

b. Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) tujuan uji heteroskedastisitas untuk menguji varian residual terdapat perbedaan dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Penelitian ini menerapkan uji Glesjer, dengan cara meregresikan nilai *absolute* residual terhadap variabel bebas (X). Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

J. Uji F (*Goodness of Fit*)

Menurut Ghazali (2018) untuk mengetahui seberapa akurat model regresi untuk memprediksi nilai sebenarnya dapat dilihat dari *Goodness of Fit*-nya. Dalam statistik untuk mengukur *Goodness of Fit* ini menggunakan nilai statistik F dan nilai statistik t. Jika nilai signifikansi dari kedua statistik ini kurang dari 0,05 atau 5%, artinya semua variabel bebas yang digunakan dalam model mampu memprediksi variabel terikat dengan baik. Model regresi bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

K. Uji Hipotesis

a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali (2018) tujuan dari analisis regresi linear berganda adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan untuk mengidentifikasi arah hubungan diantara keduanya. Berikut bentuk umum persamaan regresi:

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

Keterangan:

Y : Minat Beli

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi Inovasi Produk

X1 : Inovasi Produk

β_2 : Koefisien regresi Kualitas Produk

X2 : Kualitas Produk

β_3 : Koefisien regresi Harga

X3 : Harga

e : Kesalahan (*standard error*)

b. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2018) uji t digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh individual dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel independen lainnya tidak berubah. Tingkat signifikansi yang ditetapkan untuk pengujian ini adalah 0,05. Kriteria keputusan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikansi $< 0,05$ menunjukkan pengaruh parsial yang signifikan
- 2) Nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan tidak adanya pengaruh parsial yang signifikan.

c. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Menurut Ghazali (2018) koefisien determinasi adalah alat ukur yang menunjukkan seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.