A. Jenis Penelitian

Studi ini mengimplementasikan desain penelitian asosiatif dengan mengadopsi metode survei melalui pendekatan kuantitatif. Penggunaan metodologi kuantitatif ini ditujukan untuk melakukan observasi empiris terhadap populasi atau sampel tertentu dengan bantuan instrumen penelitian sebagai alat pengumpulan data primer. Sejalan dengan pandangan Sugiyono (2018), analisis dalam penelitian ini berpijak pada pengolahan data statistik yang berorientasi pada verifikasi empiris terhadap hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Melalui pendekatan ini, diharapkan seluruh pertanyaan penelitian dapat terjawab secara akurat melalui interpretasi data angka yang merepresentasikan kondisi di lapangan. Lebih lanjut, pemilihan tipe penelitian asosiatif bertujuan untuk mendalami interaksi dan keterkaitan antara dua variabel atau lebih. Fokus utama dari desain ini adalah untuk mengidentifikasi pola hubungan yang bersifat kausalitas atau sebab-akibat, yang menghubungkan antara variabel bebas (eksogen) dengan variabel terikat (endogen) (Sugiyono, 2018). Dengan demikian, penelitian ini tidak sekadar mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menganalisis sejauh mana signifikansi peran variabel independen dalam mempengaruhi fluktuasi variabel dependen.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Studi penelitian ini akan dilakukan dengan responden mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang berada Jalan Slamet Riyadi, Makam Haji 345-347, Surakarta, Jawa Tengah. Dengan waktu Penelitian ini mulai dari bulan April sampai dengan Agustus 2025.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai area generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan kuantitas serta karakteristik spesifik yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Dalam konteks penelitian ini, populasi sasaran adalah seluruh mahasiswa aktif di STIE Surakarta yang merupakan pengguna produk MS Glow. Mengingat jumlah pasti mahasiswa yang menggunakan produk tersebut tidak terdokumentasi secara spesifik dalam data institusi, maka populasi dalam studi ini dikategorikan sebagai populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*unknown population*).

2. Sampel

Sampel mewakili sebagian dari total jumlah serta karakteristik yang melekat pada populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Karena besaran anggota populasi tidak teridentifikasi secara pasti, maka penelitian ini mengadopsi teknik *non-probability sampling*. Secara lebih spesifik, prosedur penentuan responden dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan pemikiran Sugiyono (2022), *purposive sampling* merupakan strategi penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Peneliti memilih metode ini dengan pertimbangan bahwa tidak seluruh anggota populasi memiliki kualifikasi yang sesuai dengan parameter studi. Dengan menetapkan kriteria inklusi tertentu, diharapkan sampel yang terjaring mampu merepresentasikan fenomena yang diteliti secara akurat dan memberikan data yang kredibel bagi analisis penelitian.

Adapun kriteria yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Mahasiswa akif prodi manajemen dan akunansi STIE Surakarta
b. Mahasiswa aktif yang pernah menggunakan produk MS Glow
c. Mahasiswa aktif yang sedang menggunakan produk MS Glow

3. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi Mahasisa STIE Surakarta yang menggunakan produk MS Glow tidak diketahui dengan pasti, maka dalam penelitian ini digunakan rumus Cochran untuk menentukan sampel penelitian (Osman, 2002), yakni:

$$n : \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

Z : Nilai standar dari tabel distribusi normal Z dengan simpangan 5%, dengan nilai 1,96 *p* : Peluang Benar 50% (0,5) *q* : Peluang Salah 50% (0,5) e : Tingkat kesalahan sampel 10% (0,1), dari tingkat kepercayaan 90%

$$n : \frac{(1{,}96)^2 \ (0{,}5) \ (0{,}5)}{}$$

$(0,1)^2$

n : 96,4

Berdasarkan jumlah perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang digunakan dibulatkan menjadi 100 responden atau minimal 100 responden.

D. Pengumpulan Data

1. Data primer

Data primer merupakan informasi yang dihimpun secara langsung dari subjek penelitian atau sumber pertama di lokasi pengamatan (Sugiyono, 2017). Keunggulan data primer terletak pada autentisitasnya karena diperoleh secara spesifik untuk menjawab tujuan penelitian ini. Dalam praktiknya, peneliti mengumpulkan data primer melalui pendistribusian kuesioner kepada para responden, yaitu mahasiswa aktif STIE Surakarta yang menggunakan produk MS Glow, guna mendapatkan data mengenai persepsi dan perilaku pembelian mereka.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penunjang yang diperoleh melalui perantara atau dokumen yang telah ada sebelumnya, yang berfungsi untuk memperkuat dan melengkapi analisis penelitian. Pada studi ini, sumber sekunder dikumpulkan dari berbagai literatur yang relevan, mencakup buku teks pemasaran, jurnal penelitian terdahulu, serta artikel ilmiah dari basis data digital. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara awal dengan

reseller atau pihak penjual MS Glow guna memperdalam konteks mengenai dinamika pasar dan distribusi produk di lapangan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai instrumen studi pendahuluan (*preliminary research*) untuk memetakan problematika penelitian secara lebih mendalam serta mengidentifikasi profil responden secara mendalam dalam skala kecil. Peneliti menerapkan metode wawancara terstruktur, di mana setiap partisipan diberikan daftar pertanyaan yang identik untuk menjamin konsistensi informasi. Dalam praktiknya, teknik ini berfungsi sebagai tahap penyaringan (*screening*) terhadap pengguna *skincare* MS Glow; responden yang mengonfirmasi penggunaan produk akan diarahkan untuk mengisi instrumen penelitian lebih lanjut.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan informasi primer yang dilakukan dengan mendistribusikan rangkaian pernyataan tertulis kepada subjek penelitian. Instrumen ini disebarkan secara digital melalui platform *Google Forms* kepada mahasiswa STIE Surakarta yang mengonsumsi MS Glow, demi efisiensi dan jangkauan data yang luas. Pengukuran jawaban responden mengadopsi Skala Likert, yang secara spesifik digunakan untuk menguantifikasi sikap, opini, serta persepsi individu terhadap fenomena sosial yang diteliti (Sugiyono, 2013). Dalam konteks ini, variabel penelitian

dioperasionalisasikan menjadi indikator-indikator yang kemudian ditransformasikan menjadi butir-butir pernyataan instrumen. Skala ini menyediakan gradasi penilaian dari kategori sangat positif hingga sangat negatif, yang memungkinkan peneliti melakukan analisis statistik yang akurat (Sugiyono, 2017).

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi diimplementasikan untuk menghimpun data pendukung melalui penelusuran berbagai catatan tertulis, buku, jurnal, transkrip, maupun dokumen lain yang relevan dengan topik pengaruh kualitas produk dan citra merek. Sejalan dengan perspektif **Arikunto (2002)**, metode ini bertujuan untuk mengekstraksi data mengenai profil organisasi, sejarah perusahaan, serta aspek-aspek kontekstual lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian. Melalui dokumentasi, peneliti dapat memperoleh landasan faktual yang memperkuat argumentasi hasil penelitian.

F. Teknis Analisis Data

1. Uji Instrument Penelitian

a) Uji Validitas

Validitas merepresentasikan derajat ketepatan antara data lapangan yang dikumpulkan oleh peneliti dengan data aktual yang terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2018). Pengujian ini berfungsi untuk mengevaluasi sejauh mana butir-butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur fenomena yang ingin diteliti secara akurat. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila mampu merepresentasikan variabel yang diukur dengan tepat. Teknik pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan total skor variabel tersebut. Kriteria pengambilan

keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut: Jika nilai r hitung > r tabel pada taraf signifikansi 5 (alpha = 0,05), maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung < r tabel, maka instrumen dianggap tidak valid. Selain itu, merujuk pada Sugiyono (2016), suatu item dinyatakan memenuhi syarat validitas jika koefisien korelasi antara skor item dengan skor total minimal sebesar 0,3. Apabila nilai korelasi berada di bawah ambang batas 0,3, maka item tersebut dianggap tidak valid dan harus diperbaiki atau dieliminasi dari instrumen penelitian.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran berulang pada objek yang sama dengan instrumen yang serupa. Sebuah instrumen riset harus memiliki tingkat stabilitas dan konsistensi yang tinggi agar dapat dipercaya sebagai alat ukur (Suryabrata, 2015). Penelitian dikatakan reliabel dan cukup kuat apabila nilai cronbach alpha > 0,7. Lalu apabila jika nilai cronbach alpha > 0,6 maka data tersebut bersifat cukup saja. Sedangkan jika cronbach alpha < 0,6 maka data penelitian tersebut tidak reliabel atau masih kurang untuk dapat menjelaskan hasil penelitian tersebut.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau **residual** memiliki distribusi yang normal. Model regresi yang dianggap ideal dan memenuhi syarat ekonometrika adalah model yang nilai residualnya berdistribusi secara normal atau mengikuti kurva lonceng. Dalam penelitian ini, verifikasi normalitas dilakukan dengan menggunakan metode

statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Penggunaan metode ini dipilih karena kemampuannya dalam memberikan kepastian matematis terhadap distribusi data secara lebih akurat dibandingkan sekadar observasi visual. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1) Apabila nilai Signifikan (Asym Sig 2 tailed) > 0,05, maka data berdistribusi normal.
2) Apabila nilai Signifikan (Asym Sig tailed) < 0,05, maka data tidak berkontribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi linier yang kuat atau sempurna di antara variabel-variabel independen dalam satu model regresi. Suatu model regresi dinyatakan mengalami gejala multikolinearitas apabila variabel-variabel bebas di dalamnya saling memiliki keterkaitan linier yang signifikan, yang mana hal ini dapat mengganggu validitas hasil estimasi koefisien regresi. Gejala adanya multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance nya dan apabila nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan utama dari uji heteroskedastisitas adalah untuk memverifikasi apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Model yang baik mensyaratkan adanya kesamaan varians (*homoskedastisitas*) di seluruh data pengamatan. Dalam studi ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser. Prosedur Uji Glejser

diimplementasikan dengan melakukan regresi antara variabel independen terhadap nilai Absolut Residual (*Abs_Res*). Nilai residual sendiri merepresentasikan selisih antara nilai aktual variabel dependen (Y) dengan nilai yang diprediksi melalui variabel independen (X), sementara nilai absolut merujuk pada pengubahan nilai residual tersebut menjadi positif secara keseluruhan. Apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika nilai signifikansi < maka terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda diaplikasikan sebagai instrumen statistik untuk mengestimasi besarnya pengaruh serta signifikansi hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Selain itu, model ini berfungsi untuk memprediksi fluktuasi variabel dependen berdasarkan nilai variabelvariabel independen yang digunakan (Stawati, 2020). Dalam studi ini, fokus utama analisis adalah untuk memverifikasi pengaruh variabel Kualitas Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan. Hipotetis statistik adalah dalam perumusan hipotestik, antara nol (H0) dan hipotesis alternative (Ha) selalu berpasangan, apabila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima sehingga keputusan yang tegas, yaitu kalau H0 ditolak dan Ha diterima. Hipotesis statistik dinyatakan symbol symbol (Sugiyono, 2017). Uji signifikan pengaruh variabel

independen terhadap variabel dependen secara stimultan menggunakan Uji F dan secara parsial menggunakan Uji T. Untuk mengetahui terdapat pengaruh kualitas produk dan *Brand image* terhadap keputusan pembelian. Beberapa tahap pengujian hipotesis diantaranya:

a) Uji Parsial (Uji T)

Uji regresi parsial dilakukan untuk menguji signifikan dari setiap variabel independen apakah berpengaruh terhadap variabel depeden (Sugiyono, 2017). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan tabel. Jika thitung lebih besar dibandingkan dengan t-tabel pada taraf signifikasi (α) 5%, maka variabel memiliki pengaruh yang signifikan. Sebaliknya jika t-hitung lebih kecil dibandingkan dengan t-tabel pada signifikasi (α) 5%, maka variabel tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

1) Jika sig < 0,05, maka H1 diterima (H0 ditolak) berarti ada hubungan (berpengaruh signifikan).
2) Jika sig > 0,05, maka H1 ditolak (H0 diterima) berarti tidak ada hubungan (pengaruh signifikan).

b) Uji Simultan (Uji F)

Uji pengaruh stimultan (F test) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamaan atau stimultan mempengaruhi variabel dependen. Apabila hipotesis penelitian tersebut dinyatakan kedalam hipotesis adalah: H0 : R2 adj. = 0 : Kualitas Produk, *Brand image* tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW. Ha : R2 adj. ≠ 0

: Kualitas Produk, *Brand image* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW. Kriteria uji F yang digunakan sebagai berikut: a) H0 ditolak: F hitung > F tabel. b) H0 diterima: F hitung < F tabel.

c) Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Supardi (2017) menyatakan koefisien determinasi adalah tingkat variabel X terhadap variabel Y yang dinyatakan dalam persentase (%). persentase diperoleh dengan dengan terlebih dahulu mengkuadratkan koefisien korelasi dikalikan 100% (Supardi, 2013). Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Koefisien determinasi (R2) dihitung dengan rumus sebagai berikut: = Keterangan: KD: Koefisien determinasi r2 : Koefisien korelasi berganda

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Eksistensi MS Glow bermula dari kolaborasi strategis antara dua pendirinya, Maharani Kemala dan Shandy Purnamasari. Pada awalnya, operasional bisnis dijalankan dengan metode pemasaran produk pihak ketiga secara daring. Seiring berjalannya waktu, unit