

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penulis akan memilih menggunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian yang dilakukan. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang menitikberatkan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab-akibat dari bermacam variabel yang berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan ataupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalaman yang kemudian dikembangkan menjadi permasalahannya (Hardani et al., 2020). Jenis penelitian ini merupakan *explanatory research* atau penelitian penjelasan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat replikasi dimana peneliti melakukan penelitian lanjutan dengan variabel, indikator dan alat analisis yang sama tetapi objek atau responden yang dituju atau digunakan berbeda.

#### **3.3 Lokasi dan Periode Penelitian**

##### **3.3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau, Indonesia

### 3.3.2 Periode Penelitian

Untuk data dan informasi penelitian yang diperlukan, maka peneliti menentukan periode penelitian dikarenakan penulis memerlukan waktu untuk mengumpulkannya. Berikut periode penelitian dari peneliti.

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

Kegiatan	BULAN																			
	September				Oktober				November				Desember				Januari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■																			
Penyusunan Bab 1				■	■	■														
Penyusunan Bab 2						■	■	■												
Penyusunan Bab 3								■	■	■										
Penyusunan Kuisoner										■	■	■								
Penyusunan Bab 4											■	■	■							
Penyusunan Bab 5													■	■	■					
Penyelesaian Skripsi															■	■	■	■	■	■

## 3.4 Populasi dan Sampel

### 3.4.1 Populasi

Populasi ialah daerah yang di generalisasi terdiri dari subjek yang memiliki kapasitas dan karakter tertentu yang telah ditentukan dari peneliti untuk kita pelajari dan setelah itu dibuat kesimpulannya (Riyanto & Hatmawan, 2020: 11)

Dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan populasinya sebesar 107 perempuan berdasarkan akumulasi jumlah pelanggan di 4 toko yang peneliti tentukan yang berlokasi di Lubuk Baja, Kota Batam.

#### **3.4.2 Teknik Sampling**

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan Sampel Jenuh yaitu satuan tuntas dikarenakan semua jumlah populasi digunakan sebagai sampel (Hardani et al., 2020: 369). Dengan demikian, besaran sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 107 responden.

#### **3.5 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang didapatkan secara langsung dari objek yang diteliti, kemudian diolah penulis yang pada penelitian ini adalah kaum milenial Kota Batam, khususnya di Kecamatan Lubuk Baja.

#### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Data pada penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai Teknik pengumpulan data. Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2020) kuisioner merupakan alat pengumpulan data pertanyaan berserta pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Kuisioner yang disebar dan dijawab secara *online* melalui media *Google Form*. Responden yang terlibat dalam pengisian kuisioner ini adalah mahasiswa milenial berjenis kelamin perempuan di Universitas Putera

Batam yang pernah membeli dan menggunakan *skincare* Scarlett Whittening dan pernah membaca atau menonton video ulasan dari *beauty influencer*.

### 3.6.1 Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala likert (*likert scale*) yang pengujian hasil data yang didapatkan akan menggunakan aplikasi atau program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 25. Skala likert yang digunakan bertujuan sebagai pengukur pendapat/ opini, sikap atau persepsi (Riyanto & Hatmawan, 2020)

Sebagai keperluan analisis kuantitatif, jawaban dari responden akan dijadikan skor yang dibagi menjadi 5, yaitu (Riyanto & Hatmawan, 2020):

- |                              |     |
|------------------------------|-----|
| 1. Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |
| 2. Tidak Setuju (TS)         | = 2 |
| 3. Netral (N)                | = 3 |
| 4. Setuju (S)                | = 4 |
| 5. Sangat Setuju (SS)        | = 5 |

## 3.7 Operasional Variabel

### 3.7.1 Variabel Independen

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2020) variabel bebas melambangkan variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat). Variabel independent pada penelitian ini adalah Gaya Hidup Konsumtif (X1), *Brand Image* (X2) dan *Beauty Influencer* (X3).

### 3.7.2 Variabel Dependen

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2020) variabel terikat adalah variabel yang bisa terpengaruh atau yang terjadi dampak dikarenakan oleh variabel bebas. Variabel Dependen pada penelitian ini adalah Minat Beli (Y).

**Tabel 3.2** Operasional Variabel

<b>Variabel</b>	<b>Pengertian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Gaya Hidup Konsumtif (X1)	Gaya hidup konsumtif adalah bagaimana seorang pribadi berinteraksi di lingkungannya serta mudah terpengaruh termasuk dalam memutuskan pembelian untuk menunjang penampilan atau kelas sosialnya dan ditunjukkan pada pembelian barang tidak habis pakai	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol penampilan, status dan gengsi</li> <li>2. Mencoba lebih dari satu atau dua produk sejenis dengan merek berbeda</li> <li>3. Membeli karena iming- iming hadiah</li> <li>4. Membeli karena kemasan yang menarik</li> </ol>	<i>Likert Scale</i>
<i>Brand Image</i> (X2)	<i>Brand image</i> atau citra merek meliputi nama, tanda, simbol, design,	1. <i>Corporate Image</i> (Citra Perusahaan)	<i>Likert Scale</i>

	warna dan kombinasi lainnya yang digunakan untuk mengidentifikasi barang yang dijual untuk membedakannya dengan produk pesaingnya	2. <i>User Image</i> (Citra Pemakai) 3. <i>Product Image</i> (Citra Produk)	
<i>Beauty Influencer</i> (X3)	<i>Beauty influencer</i> merupakan seseorang dengan sosok yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi seseorang dalam membeli suatu produk	1. Kejujuran 2. Pengetahuan Produk 3. Memiliki daya tarik 4. Penyampaian yang menarik 5. Keaktifan dan pencapaiannya 6. Kesamaan dengan audiens	<i>Likert Scale</i>
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah sikap atau rasa yang timbul dikarenakan beberapa faktor yang memicu adanya keinginan membeli suatu produk	1. Perhatian ( <i>attention</i> ) 2. Ketertarikan ( <i>interest</i> ) 3. Keinginan ( <i>desire</i> ) 4. Tindakan ( <i>action</i> )	<i>Likert Scale</i>

**Sumber:** (Karyati & Mustikasari, 2019), (Stevani & Junaidi, 2021; Syamsurizal & Ernawati, 2020)(Virsa Putri & Setyo Iriani, 2020)

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan. Mengolah, menyajikan dan menganalisis data dan kemudian menarik kesimpulan dan menginterpretasikannya (Dr Molli Wahyuni, S.Si., n.d.). Adapun rumus dari penentuan rentang skala.

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

#### Rumus 3.1 Rentang Skala

Sumber : (Riyanto & Hatmawan, 2020)

$$RS = \frac{107(5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{107(5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{107(4)}{5}$$

$$RS = \frac{428}{5}$$

$$RS = 85,6$$

Maka dapatlah rentang skala sebesar 85,6. Selanjutnya akan dicari rentang skala yang menentukan skor terendah dan tertinggi.

**Tabel 3.3** Rentang Skala

<b>Interval Koefisien Kolerasi</b>	<b>Tingkatan Hubungan</b>
107 – 193	Sangat Buruk
194 – 280	Buruk
281 – 367	Cukup
368 – 454	Baik
455 – 541	Sangat Baik

### 3.8.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang diterima dari responden akan menggunakan 2 metode, yaitu:

#### 3.8.2.1 Uji Validitas

(Riyanto & Hatmawan, 2020) menyatakan bahwa validitas adalah statistik yang berfungsi melihat sejauh mana instrument valid dan tidak valid. Untuk perhitungan uji validitas data akan digunakan rumus korelasi *product moment* atau disebut dengan Korelasi *Pearson*. Rumusnya adalah:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

**Rumus 3.2** Rumus Korelasi Pearson

**Sumber:** (Riyanto & Hatmawan, 2020)

Uji ini apabila dilihat r hitung dan r table dimana *degree of freedom* (df) = n-2 (n= jumlah data responden) dengan sig 5%, maka pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika r hitung > r table maka valid
2. Jika r hitung < r table maka tidak valid

### 3.8.2.2 Uji Realibilitas Data

Reabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila diulang dua kali atau lebih. Instrumen dikatakan reliabel apabila secara berulang kali jawaban responden terhadap kuesioner menunjukkan konsistensi. Rumusnya adalah:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right]$$

**Rumus 3.3** Uji Realibilitas Data

**Sumber:** (Ovan & Andika, 2020)

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian dan ketepatan dalam estimasi. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastitas.

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang terdistribusi normal maka akan dikatakan model regresi yang baik (Ramadhayanti, 2019)

#### 3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang bertujuan apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas atau independent. Pendeketsiannya dengan melihat *Variance Inflating Factor* (VIF) dan lawannya nilai *Tolarance*. Semua

variabel bebas memiliki *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF <10 maka tidak terjadi gangguan multikolinearitas (Angella & Rahmadi, 2020)

### 3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastitas adalah pengujian untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Tidak adanya hetekedastitas merupakan ketentuan regresi yang baik (Angella & Rahmadi, 2020)

### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat dengan Y sebagai variabel dependen dan menaksis nilai- nilai yang berhubungan dengan X sebagai variabel bebas. Rumusnya adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

#### Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda

**Sumber:** (Fandyanto & Kurniawan, 2019)

Keterangan:

Y = Variabel Minat Beli

X<sub>1</sub> = Variabel Gaya Hidup Konsumtif

X<sub>2</sub> = Variabel *Brand Image*

X<sub>3</sub> = Variabel *Beauty Influencer*

α = Konstanta

$b_1- b_3$  = Koefisien Regresi

$e$  = Error

### **3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi**

Tujuan dari menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Semakin besar nilai  $R^2$  mendekati 1, maka dianggap model regresi yang baik (Fauziah & Aziz Mubarak, 2019)

### **3.8.5 Uji Hipotesis**

#### **3.8.5.1 Uji T**

Uji T dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara parsial antara variabel independent terhadap dependen, dengan kriteria:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{table}$  dengan nilai sig 0.05 maka  $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak, yang berarti variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Jika  $t_{hitung} < t_{table}$  dengan nilai sig 0.05 maka  $H_a$  ditolak,  $H_0$  diterima, yang berarti variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

#### **3.8.5.2 Uji F**

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent dapat berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria uji F adalah

1. Jika  $f_{hitung} > f_{table}$  dengan nilai sig 0.05 maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak, yang berarti variabel independent secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

2. Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  dengan nilai sig 0.05 maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima yang berarti variabel independent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.