

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Riset yang dilakukan termasuk riset jenis kuantitatif yang menggunakan desain penelitian asosiatif. Jenis riset ini memiliki maksud yaitu untuk mencari tau hubungan antar variabel. Pada riset yang dilakukan ini juga didukung dengan survey atas pembagian kuesioner yang dibagikan kepada populasi yang didata.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Riset ini merupakan riset pengembangan, yang mana penelitian yang dilakukan menggunakan penambahan variabel yang baru. Variabel yang ditambah ialah variabel inovasi produk.

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

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

Riset dilakukan memilih untuk meneliti di Kecamatan Batam kota yaitu masyarakat yang menggunakan Tiktok yang membeli produk Scarlett Whitening. Scarlett Whitening ialah sebuah produk kecantikan yang dibangun oleh artis cantik Felicya Angelista. Produk kecantikan ini diciptakan dan diliris pada tahun 2017. Produk ini lebih mengutamakan perawatan untuk wajah, tubuh hingga rambut. Berbagai macam produk yang dimiliki oleh Scarlett Whitening diantaranya, serum wajah, krim pelembab wajah, sabun serta shampoo, pelembab untuk kulit tubuh, serta sabun untuk wajah.

### 3.3.2 Periode Penelitian

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

Kegiatan	September				Oktober				November				Desember				Januari				
	2022				2022				2022				2022				2023				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Pendahuluan	■	■	■	■																	
Tinjauan pustaka					■	■	■	■													
Metodelogi penelitian						■	■	■	■												
Penyebaran kuesioner									■	■	■	■									
Analisis data dan pengolahan											■	■	■	■	■						
Laporan akhir																	■	■	■	■	

**Sumber:** Peneliti, 20221

## 3.4 Populasi dan Sampel

### 3.4.1 Populasi

Berdasar (Kurniawan, 2018), Populasi ialah sebuah tempat yang memiliki ciri-ciri khusus dan kualitas istimewa dari subjek kemudian diteliti dan diresmikan oleh penelitian kemudian dibuat suatu kesimpulannya. Populasi yang ditetapkan oleh peneliti yaitu masyarakat Batam pengguna Tiktok yang memakai produk kecantikan Scarlett Whitening.

### 3.4.2 Teknik Penetapan Besar Sampel

Responden adalah bagian populasi yang diambil hanya beberapa dari seluruh sebagai perwakilan populasi tersebut (Kurniawan, 2018). Untuk penetapan besar responden ini ditetapkan menggunakan rumus cochrane, yang mana alasan memakai rumus ialah jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya dengan pasti. Berikut perhitungan jumlah responden:

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2} \quad \text{Rumus 3.1 Cochran}$$

**Sumber:** W.G Cochran, 1953

Keterangan:

n= jumlah sampel yang dibutuhkan

P = Proporsi, jika tidak diketahui maka gunakan 0,5

Z= tingkat keyakinan dimana derajat keyakinan 95% sama dengan 1,96

d= kesalahan yang diterima ( ditentukan sebesar 10%)

$$n = \frac{0,5 (1 - 0.5)(1,96)^2}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 = 100$$

### 3.4.3 Teknik *Sampling*

Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu *accidental sampling*. Dimana *purposive sampling* adalah cara mengumpulkan sampel ketika tidak sengaja bertemu konsumen yang mejadi sampel dari penelitan. Didapati jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

### 3.5 Sumber data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dimana data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung dari objek riset yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner secara online.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Riset ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner yang dibagikan secara online dengan beberapa pertanyaan berkaitan dengan masalah. Teknik ini lebih bersifat kedalam tahap wawancara yang dilakukan secara tidak tatap muka melainkan tanya jawab melalui internet saja. Skala yang dipakai untuk mengukur nilai perilaku, kepercayaan, serta pendapat seseorang atau sekelompok mengenai kejadian sosial. Setiap jawaban dari pernyataan yang ada pada kuesioner tersebut diberikan sebuah ukuran bobot:

1. Sangat tidak setuju atau STS : 1 poin
2. Tidak setuju atau TS : 2 poin
3. Cukup atau C : 3 poin
4. Setuju atau S : 4 poin
5. Sangat setuju atau SS : 5 poin

### 3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah segala hal yang dijadikan informasi serta data secara lanjut guna mendapatkan sebuah manfaat. Pada penelitian ini terdiri dari beberapa operasional variabel diantaranya yang menjadi variabel bebas yaitu inovasi (X1), *brand ambassador* (duta merek) sebagai (X2), promosi (X3), serta variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y1).

**Tabel 3.2** Definisi Operasional Variabel

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Inovasi (X1)	Bentuk pengambilan pokok kreatifitas kemudian diubah kedalam bentuk suatu produk ataupun teknik kerja yang bermanfaat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ekspansi Produk</li> <li>2. Emulasi produk</li> <li>3. Produk baru</li> </ol>	Likert
<i>Brand Ambassador</i> (X2)	Sebuah aturan yang diberikan kepada pelanggan supaya pelanggan tahu akan yang dibutuhkan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transference</li> <li>2. Congruence</li> <li>3. Kredibilitas</li> <li>4. Daya Tarik</li> <li>5. Power</li> </ol>	Likert
Promosi (X3)	Sebuah kegiatan yang dilakukan perusahaan guna menarik perhatian atau minat konsumen agar penjualan juga bertambah tingkatnya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iklan media</li> <li>2. Perniagaan secara langsung</li> <li>3. Info dari satu ke orang lain</li> </ol>	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Aktivitas yang dijalankan dimana pada waktu itu juga memutuskan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan penjual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifikasi permasalahan</li> <li>2. Penelusuran informasi produk</li> <li>3. Penilaian secara bijak</li> <li>4. Kesepakatan untuk membeli</li> <li>5. Tindakan sesudah pembelian</li> </ol>	Likert

**Sumber:** Peneliti, 2022

### 3.8 Metode Analisa Data

#### 3.8.1 Analisa Deskriptif

Data deskriptif merupakan statistik digunakan kedalam analisa data atas gambaran statistic yang dikumpulkan tidak dengan tujuan untuk menerima sebuah kesimpulan. Untuk riset ini digunakan aplikasi SPSS 25 untuk bisa memperoleh gambaran umum serta penjelasan atas jawaban setiap responden terhadap

kuesioner yang dibagikan tentang pengaruh brand ambassador dan promosi kepada keputusan untuk membeli *scarlett whitening* di media sosial tiktok kota Batam.

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3.2 Rentang Skala}$$

**Sumber:** Stephanie, 2020

Keterangan:

RS= Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah alternative jawaban

$$RS = 100 (5-1) / 5 = 80$$

**Tabel 3.3** Rentang Skala

No	Skor	Skor Positif
1	100 – 180	Sangat Tidak Setuju
2	181 – 260	Tidak Setuju
3	261 – 340	Netral
4	341 – 420	Setuju
5	421 – 500	Sangat Setuju

**Sumber:** Peneliti, 2022

### 3.8.2 Uji Kualitas Data

#### 3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas data adalah bentuk kemampuan suatu alat yang digunakan untuk melakukan pengukuran dalam melakukan suatu kegiatan penelitian (Wibowo, 2012). Kriteria pengukuran validitas dapat dinyatakan, sebagai berikut :

1. r hitung  $r$  (tabel) hingga  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima.
2. r hitung  $\leq r$  (tabel)  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.
3. Probabilitas (sig)  $< \alpha$  hingga item valid.

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data adalah uji yang menunjukkan seberapa besar konsisten sasaran yang diukur. Kriteria pengukuran validitas sebuah data dapat dinyatakan, sebagai berikut :

1. Nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$  = instrumen reliabel.
2. Nilai Cronbach's Alpha  $< 0,6$  = instrumen tidak reliabel.

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dapat digunakan untuk menguji regresi pada variabel independen dan variabel dependen sehingga kedua variabel tersebut termasuk dalam distribusi normal dan distribusi tidak normal, (Ghozali, 2016). Pada uji ini dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan signifikan dengan persentase 5% atau 0,05 maka data termasuk distribusi normal.

#### 3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui model suatu regresi karena adanya korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. pada uji ini mengakibatkan tingginya variabel yang ada pada sampel. Untuk dapat menentukan multikolinearitas pada setiap model regresi dapat dilihat dari nilai

*variance inflation factor* (VIF). Berikut merupakan cara dalam menentukan ada atau tidaknya multikolinieritas dalam regresi, sebagai berikut:

1. Jika  $VIF > 10$ , maka menunjukkan terdapat gejala multikolinieritas.
2. Jika  $VIF < 10$ , maka menunjukkan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

### 3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini menunjukkan adanya ketidaknyamanan dalam suatu model regresi dalam pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Untuk dapat mengetahui adanya suatu uji heteroskedastisitas dalam pengujian regresi linear berganda dengan cara memperhatikan grafik *scatterplot* atau dapat dilihat dari nilai variabel terikat yaitu *SREID* dengan adanya residual error yaitu *ZPRED*. Jika hasil nilai probabilitas memiliki nilai  $> \alpha$  (0,05) yang signifikan. (Wibowo 2013:139).

## 3.8.4 Uji Pengaruh

### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan suatu proses lamaran dengan adanya suatu skala interval atau sebuah rasio yang terdapat lebih prediktor.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

**Rumus 3.3** Regresi Linear Berganda

**Sumber:** Peneliti, 2022

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Inovasi

X2 = *Brand Ambassador*

- X3 = Promosi
- a = Konstanta
- b = Koefisien
- e = Variabel Pengganggu

#### 3.8.4.2 Analisis koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan suatu bentuk pengukuran yang dilakukan untuk menentukan suatu akurasi dari ukuran proyek, dengan maksud bagaimana suatu proses bekerja dan berapa banyak hasil yang didapatkan pada masa yang mendatang. Berikut merupakan penjelasan dari analisis koefisien determinasi, sebagai berikut:

1.  $R^2 = 0$ , regresi nilai ujian tidak dapat diprediksi lebih baik dan hanya dapat mencapai nilai rata-rata.
2.  $R^2 = 0$  atau 1, regresi nilai ujian dapat diprediksi, namun dengan model tidak sempurna tetapi lebih baik dari pada mencapai nilai rata-rata.
3.  $R^2 = 1$ , regresi memungkinkan untuk memprediksi nilai ujian dengan sempurna.

### 3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan pengambilan keputusan dari hasil yang telah diuji. Terdapat dua jenis uji hipotesis yakni uji secara parsial (*T-test*) dan uji secara simultan (*F-test*), berikut penjelasannya.

### 3.9.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial diartikan sebagai uji yang dilakukan untuk melihat setiap pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Syarat ketentuan uji parsial, sebagai berikut:

1. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , hasil signifikan.  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima.
2. Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , tidak signifikan.  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak.

### 3.9.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan adalah uji yang memiliki tujuan yang menganalisis apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Syarat ketentuan uji simultan, sebagai berikut:

1. Jika  $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$  atau  $-f_{\text{hitung}} < -f_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak.
2. Jika  $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$  atau  $-f_{\text{hitung}} > -f_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima.