

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan desain deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang berfokus pada konsekuensi yang ditampilkan dalam bentuk angka atau nilai yang digambarkan secara deskriptif. (Sugiyono, 2020). Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang tidak hanya dapat mendeskripsikan temuan tetapi juga dapat memberikan penjelasan yang lebih rinci tentang temuan tersebut (Fauzy, 2019). Dengan demikian, penelitian ini dapat dijelaskan oleh peneliti yang berhubungan dengan elemen Kredibilitas *Celebrity endorser*, *Brand image* dan *Perceived quality* terhadap keputusan pembelian konsumen .

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini akan berfokus pada replikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperluas penelitian sebelumnya, atau penelitian yang hampir sama, tetapi dengan subjek, variabel, dan kerangka waktu yang berbeda..

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Peneliti memilih pengguna yang telah menggunakan produk MS. Glow sebelumnya atau saat ini sebagai objek penelitian di Kecamatan Sagulung dan Kecamatan Batu Aji Batam sebagai lokasi penelitian

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan selama lima bulan, dimulai pada bulan September dan berakhir pada bulan Januari. Waktu penelitian yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan																			
		Sep 2023				Okt 2023				Nov 2023				Des 2023				Jan 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan judul	■																			
2.	Studi Pustaka		■	■	■																
3.	Metodologi Penelitian					■	■														
4.	Penyebaran Kuisisioner							■	■	■	■										
5.	Analisis Data dan Pengolahan											■	■	■	■						
6.	Laporan Akhir																■	■	■	■	

Sumber : Peneliti, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, populasi adalah kelompok responden yang akan digunakan sebagai informan (Munandar, 2018). Di mana kelompok responden ini akan sangat penting untuk penelitian karena pengaruhnya terhadap penelitian. Selain itu, studi ini menganggap bahwa pelanggan yang pernah membeli atau menggunakan produk MS. Glow dalam jumlah yang tidak diketahui adalah kelompok responden yang disebutkan sebagai populasi.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Jumlah dan karakteristik dari populasi disebut sampel. Ketika populasi besar dan peneliti tidak dapat menyelesaikan penelitian secara menyeluruh karena masalah dana, tenaga, dan waktu, penggunaan sampel dari populasi tersebut adalah opsi yang terpilih (Sugiyono 2019:81). Karena populasi objek yang ditetapkan tidak diketahui, Selanjutnya, ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian dihitung dengan rumus Jacob Cohen. Rumus perhitungan ini diberikan di bawah ini:

$$N = L/F^2 + u + 1$$

Rumus 3. 1 Rumus Jacob Cohen

Sumber: Vernadila & Realize (2019:639)

Keterangan :

N = Ukuran Sampel

F² = Effect Size (0,1)

u = Banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian

L = Fungsi power (u), hasil tabel power = 0,95

Sebuah sampel dapat diambil dari rumus dengan harga L tabel (t.s = 1%)= 0,95, serta u = 5 =19,76. Jadi, jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah:

$$N = \frac{L}{F^2} + u + 1 = N = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1 = N = 203,6 = 204$$

Jadi, kita dapat mengetahui dari rumus perhitungan di atas bahwa sebanyak 204 orang yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah informan utama yakni

konsumen yang tinggal di Kecamatan Sagulung dan Kecamatan Batu Aji Batam yang pernah menggunakan atau sedang menggunakan produk MS. Glow.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Perwakilan dari populasi dikenal sebagai sampel, yang dipilih melalui teknik *Non Probability Sampling*. Metode ini memilih sampel berdasarkan atribut dan karakteristik tertentu, sehingga sampel yang relevan dengan tujuan penelitian dapat diambil. Teknik *purposive sampling* dipakai pada studi ini (Sugiyono 2019:37). Metode ini dikenal sebagai penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengubah perspektif dan karakteristik penelitian. Sebagai berikut, kriteria penelitian ini:

1. Pria dan Wanita berusia 17 tahun sebagai usia minimal responden hingga usia 50 tahun
2. Responden adalah pengguna sebelumnya atau yang saat ini menggunakan produk MS. Glow.
3. Responden yang tinggal di Kecamatan Sagulung dan Kecamatan Batu aji

3.5 Sumber Data

Dua jenis sumber data yakni data primer dan data sekunder digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian ini.

1. Data Primer dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada individu di Kecamatan Sagulung dan Kecamatan Batu Aji berusia antara 17 - 50 tahun yang pernah menggunakan atau saat ini sedang menggunakan produk MS. Glow.

2. Data sekunder dikumpulkan dari buku, jurnal, dan literatur yang berkaitan dengan topik penelitian sebelumnya.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Data primer dan sekunder digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Data primer berasal dari sumber utama yang diberikan langsung oleh responden, terutama dalam konteks penelitian seperti kuesioner. Data sekunder, di sisi lain, adalah data pendukung yang berasal dari jurnal, media, atau hasil penelitian peneliti sebelumnya (Diba, 2020).

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas dan jumlah responden yang cukup besar, peneliti menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data, dengan memakai Skala Likert, suatu alat untuk mengukur reaksi atau tindakan responden, yang memungkinkan mereka untuk menentukan seberapa setuju atau tidak mereka dengan pernyataan tertentu. skala Likert terdiri dari beberapa pernyataan yang menilai sikap responden terhadap objek yang diteliti, sebagaimana dijelaskan oleh (Ahyar, Hardani, 2020).

Berikut ini adalah kategori skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 2 Kategori Skala Likert

Nilai	Skala
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber: (Taluke et al., 2019)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah komponen yang ditentukan oleh peneliti mengenai aspek tertentu, yang kemudian dapat dipelajari lebih lanjut untuk menghasilkan kesimpulan yang tepat tentang fenomena atau peristiwa tersebut (Sugiyono, 2019). Hasilnya digunakan untuk membuat kesimpulan penelitiannya.

3.7.1 Variabel Independen

Variabel bebas atau variabel independen (X) adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain. tiga variabel independen digunakan dalam penelitian ini, yaitu Kredibilitas *Celebrity endorser* (X1), *Brand image* (X2), dan *Perceived quality* (X3).

3.7.2 Variabel Dependen

Faktor-faktor yang mempengaruhi atau menyebabkan variabel dependen berubah atau muncul disebut variabel dependen. Keputusan Pembelian (Y) adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kredibilitas <i>Celebrity endorser</i> (X1)	Kredibilitas <i>Celebrity endorser</i> adalah kepercayaan terhadap seseorang yang terkenal di masyarakat, seperti artis, aktor, dan atlet, yang dapat diandalkan untuk mempromosikan suatu produk (Elyzabeth, 2021).	1. Dapat dipercaya 2. Keahlian 3. Daya Tarik	Likert
<i>Brand Image</i> (X2)	<i>Brand image</i> sebagai ilustrasi hubungan dan kepercayaan pelanggan terhadap merek tertentu (Gunawan et al., 2019)	1. Merek dapat dengan mudah dikenali 2. Reputasi Merek 3. Persepsi Konsumen	Likert

<i>Perceived quality (X3)</i>	Kemampuan suatu produk untuk memberikan kinerja atau hasil yang sesuai atau melebihi ekspektasi pelanggan (Akhayani, 2023)	1. Penampilan Produk, 2. Keawetan Produk, 3. Citra Merek Produk 4. Harga Produk 5. Kesesuaian Produk 6. Kenyamanan Penggunaan	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Sebuah gagasan tentang bagaimana pelanggan menerima tawaran, di mana mereka akan mempertimbangkan beberapa hal sebelum membeli (Zusrony, 2018).	1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan Merek 3. Pemilihan Pemasok 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran	Likert

Sumber: Peneliti, (2023)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu fenomena, kejadian, atau peristiwa sebagaimana adanya (Abd. Mukhid, 2021). Jumlah skor dari setiap item survei dapat digunakan untuk menghitung tanggapan pelanggan terhadap survei. Kemudian, dalam konteks deskriptif, nilai rata-rata sebagai tanggapan dihasilkan, dan rumusnya ialah sebagai berikut:

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

Rumus 3. 2 Rentang Skala

Sumber: Sugiyono (2019:146)

Keterangan :

RS = Rentang Skala

n = Jumlah responden

m = Jumlah pilihan jawaban

Dengan menggunakan rumus tersebut, penelitian ini akan menghitung rentang skala, dengan jumlah sampel 204 orang yang diberi skor dari 1 hingga 5, maka rentang skala akan dihitung sebagai berikut:

$$R_s = \frac{204(5-1)}{5} = 163,2$$

Berdasarkan perhitungan rumus rentang di atas, hasilnya akan ditampilkan dalam tabel berikut dalam bentuk rentang skala:

Tabel 3. 4 Rentang Skala

No	Nilai	Keterangan
1.	204-367,2	Sangat Tidak Setuju
2.	367,3-530,5	Tidak Setuju
3.	530,6-693,7	Netral
4.	693,8-856,9	Setuju
5.	857-1020	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2023

3.8.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data adalah alat uji yang sangat bermanfaat dan sangat penting untuk penelitian dimana konteks uji kualitas data ini, yaitu melalui tahapan validitas dan reliabilitas, sangat penting untuk menentukan kualitas penelitian (Widana & Muliani, 2020).

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sebenarnya dan yang dikumpulkan oleh peneliti. Validitas sebagai salah satu tingkat ketepatan atau keandalan pengukuran instrumen terhadap isi pertanyaan (Septian, 2020). Uji signifikansi koefisien korelasi dengan tingkat kepercayaan 95% atau 0,05 (=5%) digunakan untuk memastikan bahwa data itu valid jika ada korelasi yang signifikan

antara skor item secara keseluruhan, Berikut adalah beberapa faktor yang dipertimbangkan untuk mengevaluasi validitas penelitian:

1. Dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel atau jika nilai signifikan instrumen lebih besar dari nilai signifikansi alpha (0,06).
2. Tidak valid, jika nilai r hitung lebih kecil dari nilai r tabel atau jika nilai signifikan instrumen lebih kecil dari nilai signifikansi alpha (0,06).

Validitas dapat dinilai dengan menggunakan korelasi Product Moment.

Berikut rumusnya:

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

Rumus 3.3 *Person Products Moment*

Sumber: Sanusi, A (2015:77)

Keterangan

R_{xy} : Korelasi *Product Moment*

n : Jumlah peserta yang menjadi responden

x : Mewakili skor dari variabel yang diamati

y : Total skor dari variabel

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indikator yang menunjukkan seberapa andal atau kredibel suatu instrumen pengukur. Pernyataan yang telah diungkap dievaluasi untuk menilai kredibilitasnya. Metode pemeriksaan ini melibatkan membandingkan koefisien *Alpha Cronbach* yang dihasilkan dengan nilai *Alpha* standar pernyataan. Jika koefisien *Alpha* melebihi angka 0,6, koefisien *Alpha* dianggap dapat

diandalkan atau konsisten. Untuk menguji reliabilitas, berikut adalah rumus *Alpha Cronbach*:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Rumus 3. 4 Cronbach's Alpha

Sumber: Imron (2019: 22)

Keterangan

- r = Koefisien reliability
 k = Banyak pertanyaan
 $\Sigma \sigma_b^2$ = Jumlah variabel
 σ_t^2 = Jumlah varian

Tabel berikut menunjukkan perbandingan nilai Alpha untuk rujukan:

Tabel 3. 5 Perbandingan Skor *Cronbach's Alpha*

<i>Alpha cronbach's</i>	Tingkat Reliabilitas
0.0 s.d 0.20	Kurang <i>Relieble</i>
>0.21 s.d 0.40	Agak <i>Reliable</i>
>0.40 s.d 0.60	Cukup <i>Reliable</i>
>0.60 s.d 0.80	<i>Reliable</i>
>0.80 s.d 1.00	Sangat <i>Reliable</i>

Sumber: (Yazdi et al., 2022)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah jenis uji yang digunakan dan dinilai sebagai bagian dari persyaratan untuk menerapkan uji regresi linear berganda, terutama dalam studi faktor atau pengaruh (Widana & Muliani, 2020).

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah pendistribusian yang dilakukan benar-benar normal, diperlukan untuk menjalankan tahapan uji regresi

linear berganda. Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data cenderung normal. Beberapa syarat kriteria menentukan normalnya uji, seperti:

1. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, data dianggap memiliki distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05, data dianggap tidak memiliki distribusi normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas, yang merupakan bagian dari tahapan uji asumsi klasik, akan digunakan selain uji normalitas, yang menurut (Mardiatmoko, 2020) yaitu sebuah tes yang akan dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel yang akan diuji. Untuk uji multikolinearitas ini, kriteria yang diperlukan adalah sebagai berikut;

1. Tidak terjadi multikolinearitas jika nilai *VIF (Variance Inflation Factor)* kurang dari 10.
2. Terjadi multikolinearitas jika nilai *VIF (Variance Inflation Factor)* dapat lebih besar dari 10.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas, selain tahapan uji multikolinearitas yang dilakukan, adalah uji asumsi yang sangat penting dan memiliki nilai yang signifikan. Uji heteroskedastisitas ini akan digunakan untuk mengetahui seberapa tidak nyaman model yang akan diuji (Widana & Muliani, 2020). Kriteria yang diperlukan untuk mencapainya adalah sebagai berikut;

1. Tidak ada gejala heteroskedastisitas ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih besar dari signifikansi alpha.
2. Ada gejala heteroskedastisitas ditunjukkan jika nilai signifikansi kurang dari signifikansi alpha.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada umumnya, penelitian berbasis faktor dan berbasis pengaruh memerlukan uji yang akurat dan sesuai untuk mengidentifikasi aspek pengaruh atau signifikansi kontribusi variabel independen kepada variabel dependen. Untuk melakukan ini dipakai analisis regresi berganda. Uji regresi berganda digunakan untuk mengevaluasi kontribusi uji tersebut (Rina, 2018). Persamaan yang digunakan untuk uji regresi berganda adalah sebagai berikut:

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

Rumus 3. 5 Analisis Regresi Berganda

Sumber: (Zahra & Rina, 2018)

Keterangan:

X,Y = Variabel yang bebas

a = Konstanta

bn = koefisien regresi untuk setiap variabel yang ada

X₁ = Kredibilitas *Celebrity endorser*

X₂ = *Brand image*

X₃ = *Perceived quality*

e = Error

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi R²

Analisis regresi berganda biasanya menjelaskan pengaruh variabel melalui penjelasan variasi yang diperoleh dari R² sebagai determinasi utama. Menurut Ghozali (dalam Inggasari & Hartati, 2022) Kemampuan model untuk menjelaskan perubahan variabel dependen ditunjukkan oleh analisis koefisien determinasi (R²). Koefisien determinasi memiliki nilai yang berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai R² kurang dari 0, maka perubahan yang terjadi pada variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen. Ketika nilai R² mendekati 1, variabel independen memiliki hampir semua data yang diperlukan untuk menunjukkan perubahan pada variabel dependen. Rumus Analisis Koefisien Determinasi (R²) adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Rumus 3. 6 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Sumber: Rosanna (2019: 84)

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

R² = Koefisien korelasi

Untuk analisis koefisien determinasi (R²), berikut adalah ringkasan kriteria yang digunakan (Halin 2018: 176) yaitu

1. R² menunjukkan kekuatan penjelasan variabel X terhadap variabel Y yang lebih besar ketika kita lebih dekat dengan satu.
2. R² menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel yang diukur menjadi lebih kecil seiring dengan kedekatannya dengan nol.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji T

Uji hipotesis, selain metode analisis, juga sangat penting karena membantu dalam menyimpulkan penelitian sebagaimana dinyatakan oleh (Wardani et al., 2022), Pengaruh masing-masing variabel independen (X1, X2, dan X3) pada koefisien regresi diukur melalui uji t. Uji T, syarat kriterianya adalah sebagai berikut:

1. HO diterima dan Ha ditolak jika nilai uji T kurang dari nilai alpha (0.05)
2. HO ditolak, Ha diterima jika nilai uji T lebih besar dari nilai alpha (0.05)

3.9.2 Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Serempak (Uji F)

Menurut (Wardani et al., 2022) Uji F mengukur seberapa besar kontribusi dari variabel independen dan variabel dependen secara bersamaan, Untuk uji f, rumus berikut digunakan:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/K}{1 - R^2 (n-k-1)}$$

Rumus 3. 7 Uji f

Sumber: Sugiyono (2019: 257)

Keterangan:

R^2 = Hasil kuadrat dari Koefisien korelasi berganda

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas

Dengan memenuhi persyaratan berikut:

1. Hipotesis nol (Ho) diterima, sementara hipotesis alternatif (Ha) ditolak Ketika F hitung kurang dari F tabel atau nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05.

2. Jika F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi (Sig) kurang dari 0,05, H_0 ditolak, dan H_a diterima.