

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif menjadi pilihan penulis dalam melaksanakan penelitian. Metode penelitian kuantitatif adalah *positivism philosophy approach*, sebagai alur dalam meneliti. Pengambilan sampel sering kali dilakukan secara acak, data dikumpulkan melalui instrumen penelitian, dan analisisnya berfokus pada data kuantitatif atau statistic, yang bertujuan akhir untuk pengujian hipotesis.

Dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan menerapkan metode penelitian survei, penelitian ini melakukan pengumpulan data melalui penyusunan kuesioner.

3.2. Sifat Penelitian

Riset ini mengulangi kegiatan riset sebelumnya dengan objek, variabel, atau periode waktu yang berbeda namun serupa, disebut sebagai replikasi penelitian. Validitas menjadi tujuan utama dari replikasi penelitian.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Tempat riset yaitu di mana penulis menjalankan penelitiannya dengan tujuan untuk *data gathering*. Tempat penelitian yang dipilih adalah Kota Batam. Target penelitian ini yaitu konsumen pengguna produk Innisfree yang berdomisili di Batam.

3.3.2. Periode Penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

keterangan	Waktu Penelitian				
	Sep-23	Oct-23	Nov-23	Dec-23	Jan-24
Pengajuan Judul	■				
BAB I	■	■			
BAB II		■	■		
BAB III		■	■		
Penyebaran Kuesioner		■	■	■	
BAB IV			■	■	
BAB V					■
Penyerahan Hasil					■

Sumber: Peneliti, 2023

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai suatu kawasan homogen yang melibatkan pihak tertentu dengan atribut spesial untuk diteliti dan memperoleh kesimpulan.(Haribowo et al., 2022).

Populasi yang dipilih untuk penelitian ini adalah pihak yang sedang atau pernah menggunakan produk Innisfree yang sedang berdomisili di Batam. maka cakupan populasi yang digunakan sangat luas dan sulit dihitung jumlahnya. Oleh sebab itu, jumlah populasi untuk riset ini bersifat *uncountable*.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Peneliti menerapkan rumus Lemwshow dalam penentuan sample, sebagai akibat dari ketidakmampuan peneliti untuk mengetahui besaran populasi Masyarakat pengguna Innisfree di Batam. Rincian rumusnya:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2} \quad \text{Rumus 3. 1 Lemeshow}$$

Sumber : (Nurzanah & Liliyan, 2023)

Notes:

$n = \text{sample amount}$

$z = \text{Standard value} = 1.96$

$p = \text{Estimation max} = 50\%$

$d = \text{alfa} (0,10)$, yang berarti kesalahan = 10%

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,960^2 (0,5) (1 - 0,5)}{0,1^2} \\ &= \frac{3,8416 (0,25)}{0,01} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Sampel yang dapat diterapkan sebanyak 96 orang, *rounding* menjadi 100 orang.

3.4.3. Teknik Sampling

Peneliti menerapkan non-probability sampling dan juga pendekatan metode *purposive sampling*, yaitu menggunakan observasi khusus dalam seleksi sampel (Haribowo et al., 2022). Sumber data sampel dalam penelitian ini adalah pihak yang sudah pernah membeli dan menggunakan Innisfree.

3.5. Sumber Data

Menurut penelitian (L. Kaban & Khong, 2022) data penelitian yang dapat diperoleh berasal dari dua sumber, yaitu menggunakan *primary source* dan *secondary source*. Peneliti memperoleh informasi secara langsung melalui sumber data primer.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data melalui penggunaan kuesioner. Metode kuesioner melibatkan pertanyaan dan jawaban tidak langsung antara peneliti dan responden (Kasiono et al., 2022). Angket adalah suatu metode yang melibatkan distribusi serangkaian pertanyaan kepada objek penelitian. Skala likert diterapkan dalam riset ini. Skala likert dapat dilihat ditabel dibawah ini:

Tabel 3. 2 Skala Likert

No.	Pernyataan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Peneliti, 2023

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut (Dekanawati et al., 2023) definisi operasional variabel merujuk pada penafsiran atau pengertian yang diperoleh dari karakteristik yang dapat diamati atau diinterpretasikan sebagai perancangan ke dalam instrumen

pengukuran. Definisi operasional variabel merujuk pada interpretasi dan metode pengukuran variabel yang akan diinvestigasi, yang terdapat dalam kerangka pemikiran riset.

3.7.1. Variabel Dependen

Variabel dependen atau sering di sebut sebagai variable terikat digunakan sebagai variabel produktivitas, acuan, atau yang mempengaruhi (Dekanawati et al., 2023). Dalam riset ini, terdapat satu variabel dependen atau terikat, yaitu keputusan pembelian (Y) produk Innisfree di Kota Batam.

3.7.2. Variabel Independen

Variabel independen dianggap variable yang mendorong, menggambarkan pandangan, berfungsi sebagai acuan dan bersifat bebas (Dekanawati et al., 2023). Variabel bebas dalam penelitian ini mencakup *Brand image* (X1), *Brand ambassador* (X2), dan Persepsi Konsumen (X3), yang dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Dalam Penelitian

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	SKALA
<i>Brand image</i> (X1)	<i>Brand image</i> adalah hal yang terbentuk dalam pikiran pengguna berdasarkan wawasan dan observasi konsumen pada brand dengan komparasi brand yang mirip.	1. Citra Pembuat 2. Citra Pemakai 3. Citra Produk	<i>Likert</i>
<i>Brand ambassador</i> (X2)	<i>Brand ambassador</i> adalah figure representatif produk yang bertugas untuk menyampaikan informasi terkait keunggulan dan manfaat brand dan mendorong penjualan.	1. Kesesuaian 2. Kredibilitas 3. Daya tarik 4. <i>Power</i>	<i>Likert</i>

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	SKALA
Persepsi Konsumen (X3)	Persepsi adalah tahapan pengolahan informasi guna menciptakan arti dalam memandang dunia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi 2. Kelengkapan produk 3. Pelayanan 4. Harga 5. Promosi 6. Tata cara pemajangan 7. Fasilitas 	<i>Likert</i>
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian ialah sesuatu proses pemilihan dan pertimbangan untung rugi dari berbagai alternatif produk yang ada dan yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku setelah pembelian 	<i>Likert</i>

Sumber: Peneliti (2023)

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Distribusi frekuensi, nilai rata-rata, dan ukuran penyebaran menjadi focus utama dalam analisis deskriptif penelitian ini dengan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 25 (Pratama & Rakhman, 2022).

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

Rumus 3. 2 Interval Skala

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Notes:

n = Samping total

m = Alternative response

RS = Scale interval

Berikut rumus tentang skala :

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{100(4)}{5}$$

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

Dari hasil kalkulasi didapatkan nilai 80 sebagai interval skala yang dijabarkan di tabel dibawah ini:

Tabel 3. 4 Rentang Skala Penelitian

No	Skor	Skor Positif
1	100 – 180	Sangat Tidak Setuju
2	180,1 – 260	Tidak Setuju
3	260,1 – 340	Netral
4	340,1 – 420	Setuju
5	420,1 – 500	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2023

3.8.2. Uji Kualitas Data

Validitas dan reliabilitas kuesioner adalah aspek penting dalam penelitian ini, agar hasil penelitian akhir yang dipaparkan layak untuk dipercaya, dengan penjelasannya adalah:

3.8.2.1. Uji Validitas Data

Validitas data diuji untuk menilai keakuratan data, sesuai dengan penjelasan teori yang disampaikan oleh Purnomo (2017: 65). Jika terdapat korelasi yang signifikan dengan nilai totalnya, maka hal itu mengindikasikan bahwa data

tersebut memberikan kontribusi yang bermakna terhadap informasi yang hendak diungkapkan, yang berarti data yang diperoleh dinilai valid. Pada penelitian ini, uji validitas SPSS akan menggunakan metode korelasi Pearson.

Berikut adalah cara pengujiannya:

1. Apabila nilai r yang dikalkulasi melampaui nilai yang tertera tabel r , dan nilainya positif, maka konklusinya valid.
2. Apabila nilai r yang dikalkulasi tidak melampaui nilai yang tertera pada tabel r , maka konklusinya adalah tidak valid.

3.8.2.2. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas adalah suatu proses pengujian konsistensi data ketika dilakukan pengukuran berulang yang konsisten (Kasiono et al., 2022). Dalam mengukur reliabilitas, metode yang diterapkan adalah menggunakan Cronbach Alpha, kriteria pengukuran antara lain:

1. Jika hasil Cronbach Alpha yang di *generate* dari SPSS melampaui 0,6 berarti data dinilai dapat dipercaya dan konsisten.
2. Jika hasil Cronbach Alpha yang di *generate* dari SPSS tidak melampaui 0,6 berarti konklusinya data tidak dapat dipercaya dan tidak konsisten.

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Normalitas

Distribusi normal dari hasil nilai residual menjadi hal utama yang diuji dalam pengujian normalitas (Kasiono et al., 2022). Tiga alat ukur uji normalitas yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Uji Kolmogorov-Smirov, *Histogram Analysis*, dan grafik normal P-P of regression

3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji *multicollinearity* adalah suatu tindakan pengujian korelasi antar variable bebas (Kasiono et al., 2022). Korelasi sempurna pada model tersebut tidak mungkin terjadi jika model regresi mendekati kesempurnaan. Indikasi multikolinearitas adalah gejala yang ingin dinilai oleh peneliti dalam pengujian ini, dengan batasan bahwa skor VIF tidak boleh melampaui skor 10, dan skor tolerance harus melampaui dari skor 0,1, jika memenuhi kriteria tersebut, maka tidak ada indikasi multikolinearitas. (Kasiono et al., 2022).

3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroscedasticity* bertujuan untuk mengidentifikasi adanya ketidakseragaman varians residual dalam penelitian tersebut (Kasiono et al., 2022). Jika Model regresi mendekati kesempurnaan, maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas (Kasiono et al., 2022). Uji Glejser diterapkan pada penelitian ini. Kriteria untuk menilai adanya heteroskedastisitas adalah jika nilai signifikansi (sig.) pada variabel bebas terhadap nilai absolut residual melampaui skor 0,05, maka tercapai konklusi tidak ada heteroskedastisitas.

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Peneliti melakukan analisis regresi linier berganda dengan tujuan untuk memperoleh informasi seberapa signifikan pengaruh yang timbul dari variabel *Brand image*, *Brand ambassador* dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, yang dijabarkan dalam formula sebagai berikut :

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

Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda

Sumber : (Kusnadi et al. 2021)

Keterangan :

Y	= dependen variabel (Keputusan pembelian)
b	= Angka koefisien regresi
b1 ... b2	= Angka Konstanta
X1	= Celebrity Endorser
X2	= Brand Image
X3	= Kualitas Produk
e	= Standar eror

Hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. *Brand image* berdampak pada keputusan pembelian
2. *Brand ambassador* memiliki dampak terhadap keputusan pembelian
3. Persepsi Konsumen bisa berdampak terhadap keputusan pembelian.
4. *Brand image*, *Brand ambassador*, dan Persepsi Konsumen memiliki dampak terhadap keputusan pembelian.

3.8.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Peneliti menilai koefisien determinasi dari tabel R2, yang kemudian dinyatakan dalam persen, yang mengindikasikan seberapa besar porsi persentase variabel independen terhadap variabel dependen (Nurzanah & Liliyan, 2023).

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji t (Uji Parsial)

Signifikansi 0,05 dengan uji satu sisi ditetapkan peneliti sebagai acuan dengan penjelasan:

1. Jika t hasil kalkulasi melampaui skor yang tertera di t tabel serta skor signifikansi hasil *generate* SPSS tidak melampaui skor 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel independen memberi pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila t hasil kalkulasi tidak melampaui skor yang tertera di t tabel serta skor signifikansi hasil *generate* SPSS tidak melampaui 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel independen memberi pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.2. Uji F (Uji Simultan)

Signifikansi 0,05 dengan uji satu sisi ditetapkan peneliti sebagai acuan penilaian dengan penjelasan:

1. Jika skor F hasil kalkulasi melampaui skor F yang tertera di tabel serta skor sig hasil *generate* SPSS tidak melampaui skor 0,05 maka H_0 ditolak serta H_a diterima, berarti variabel independen memberi pengaruh secara simultan atau bersamaan terhadap variabel dependen.
2. Jika skor F kalkulasi melampaui skor F yang tertera di tabel disertai nilai sig hasil *generate* SPSS tidak melampaui skor 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel independen tidak membawa pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen pada penelitian.