

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan desain penelitian deskriptif dengan metodologi kuantitatif. Sebagaimana telah dijelaskan (Pasaribu, Fadhila Rahma, & Dharma, 2023) Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif di mana variabel, gejala, atau keadaan yang diteliti dipaparkan secara objektif. Data-data yang diperoleh berupa angka, yang dikumpulkan melalui penggunaan angket atau kuesioner. Teknik pengumpulan data melibatkan pembuatan kuesioner yang mencakup judul dan indikator-indikator variabel penelitian, kemudian kuesioner tersebut disebarakan kepada sampel penelitian.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini akan menerapkan jenis penelitian yang dikenal sebagai replikasi. Pendekatan ini melibatkan pengulangan studi sebelumnya atau penelitian yang serupa dengan yang telah dilakukan sebelumnya, namun dengan subjek, variabel, dan kerangka waktu yang berbeda. Perbedaan utama antara penelitian ini dan yang sebelumnya dilakukan adalah dalam konteks perusahaan serta periode waktu di mana analisisnya dilakukan.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi penelitian

Dalam sebuah penelitian, tentu saja akan ada objek atau lokasi penelitian yang ditetapkan untuk pelaksanaan studi. Hal ini penting agar penelitian dapat dilakukan dengan efektif sesuai dengan judul yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti

memutuskan bahwa objek atau lokasi penelitian ini akan berada di Kota Batam, tepatnya di kecamatan Batu Aji dengan menyebarkan kuesioner berupa *google form*

3.3.2 Periode penelitian

Pada suatu penelitian tentu saja memiliki periode waktu dalam penelitian. Adapun periode penelitian dalam penelitian ini dimulai dari bulan Maret 2024 hingga Juli 2024 dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Untuk lebih detail peneliti membuat suatu tabel tentang periode penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Periode penelitian

Kegiatan	Tahun/ Pertemuan ke - / Bulan													
	2024													
	1 Mar	2 Apr	3 Apr	4 Apr	5 Apr	6 Apr	7 Apr	8 Mei	9 Mei	10 Juni	11 Juni	12 Juli	13 Juli	14 Juli
Perancangan	■													
Studi Pustaka		■	■											
Menentukan Metode Penelitian				■										
Penyusunan Kuesioner					■	■	■							
Penyerahan Kuesioner							■	■						
Analisis Hasil Kuesioner									■	■	■	■	■	
Kesimpulan														■

Sumber: Data Penelitian, 2024

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut definisi yang dikemukakan oleh (sugiyono, 2019), populasi adalah sekumpulan item atau individu yang memiliki ciri-ciri dan karakteristik tertentu

yang ditentukan untuk diteliti, dan dari situ penarikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian. Dengan memperhatikan konsep populasi tersebut, peneliti menentukan bahwa populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di kecamatan Batu Aji. Dalam konteks populasi penelitian ini, jumlah populasi tidaklah pasti atau tidak memiliki jumlah yang tetap, yang disebut sebagai populasi tak terhingga (populasi *infinite*). Dalam situasi di mana populasi tidak diketahui atau sulit diakses, peneliti dapat menggunakan sampel sebagai gantinya.

3.4.2 Teknik penentuan besar sampel

Pada penelitian ini menetapkan kriteria pengguna dan responden yang mengetahui *skincare* skintific. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden. Rumus yang memudahkan peneliti jika populasi tidak diketahui yaitu menggunakan rumus Lemeshow.

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

Sumber: (Rosyida & Priantilianingtiasari, 2023)

keterangan:

n = jumlah sampel

Z = nilai standart = 1,96

P = maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{0,96}{0,01} = 96 \text{ responden}$$

Berdasarkan penerapan rumus diatas, sampel yang dihasilkan yakni 96 responden. Maka, peneliti akan menggenapkan sampel menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* dalam menelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Menurut (Obilor, 2023) Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel non-probabilitas di mana peneliti secara sengaja memilih hanya orang-orang tertentu yang diyakini dapat memenuhi tujuan penelitian berdasarkan penilaian dan pengetahuan peneliti tentang konteksnya. Dengan demikian, keseluruhan proses pemilihan sampel bergantung pada kebijaksanaan dan pertimbangan peneliti, bukan pada peluang acak dari seluruh populasi. Maka dari itu, peneliti menentukan kriteria khusus untuk dijadikan sampel pada penelitian ini mencakup:

1. Responden merupakan rentang usia 17-45 tahun yang bertempat tinggal di Kecamatan Batu Aji.
2. Responden telah mengenal *skincare* Skintific dan merupakan pengguna *skincare* Skintific

3.5 Sumber Data

1. Sumber data primer

Menurut (sugiyono, 2019) sumber data primer merupakan sumber data langsung. Peneliti menggunakan strategi untuk mendapatkan data primer atau secara langsung dengan menyebarkan kuesioner dan survey kepada pengguna dan responden yang mengetahui *skincare* skintific di Batam khususnya yang berada di Kecamatan Batu Aji.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder adalah informasi yang tidak diperoleh secara langsung atau yang dikumpulkan untuk tujuan lain selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Dalam konteks penelitian ini, data sekunder mencakup beberapa jurnal dan buku sebagai sumber tambahan dan referensi.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan informasi secara langsung dari lokasi penelitian. Metode kuesioner berisi tentang pertanyaan dan kalimat jawaban kepada responden (sugiyono, 2019). Untuk mengetahui secara kuantitatif, peneliti menggunakan rumus skala likert yang uraikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Kode	Skor
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: (sugiyono, 2019)

3.7 Defenisi Operasional Variabel Peneliti

3.7.1 Variabel independen

Pendapat (sugiyono, 2019) menjelaskan bahwa variabel independen, yang kadang-kadang disebut variabel stimulus, prediktor, atau anteseden, sering disebut sebagai variabel bebas dalam bahasa Indonesia. Variabel dependen adalah variabel yang mengalami perubahan sebagai hasil dari pengaruh atau sebab dari variabel independen. Dalam konteks ini, variabel independen mencakup *brand image* (X1), *content influencer* (X2), dan *live streaming* Tiktok (X3).

3.7.2 Variabel dependen

Menurut (sugiyono, 2019), variabel dependen juga dikenal sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuensi, dan sering disebut sebagai variabel terikat dalam bahasa Indonesia. Dalam analisis statistik, variabel independen memiliki pengaruh atau menghasilkan perubahan pada variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, Minat Beli (Y) digunakan sebagai variabel dependen.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Brand image</i>	<i>Brand image</i> dapat dijelaskan sebagai gambaran dari segala sudut pandang yang dimiliki oleh konsumen terhadap sebuah merek, yang dibentuk oleh informasi produk yang beragam serta pengalaman pembelian terhadap suatu merek produk (Juniyanti & Saputra, 2022)	1. Citra produsen 2. Citra pemakai 3. Citra produk	likert
<i>Content influencer</i>	Pemasaran influencer adalah strategi promosi yang efektif karena konsumen saat ini	1. Informasi 2. Dorongan 3. Peran	likert

	<p>cenderung lebih fokus pada media sosial dan tertarik dengan konten-konten menarik yang dibagikan oleh orang-orang atau influencer yang mereka ikuti.</p> <p>(Sahputra et al., 2023)</p>	4. status	
<i>Live streaming</i> tiktok	<p><i>Live streaming shopping</i> telah muncul dan menunjukkan potensi besar sebagai model bisnis baru untuk meningkatkan interaksi real-time yang dinamis antara penjual (streamer) dan penonton (konsumen). Hal ini menyediakan informasi yang akurat dan melibatkan unsur-unsur hedonis untuk menarik konsumen agar menikmati proses pembelian.</p> <p>(Xu et al., 2020) dan (Mada & Prabayanti, 2024)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>streamer attractiveness</i> 2. <i>para-social interaction</i> 3. <i>information quality</i> 	likert
Minat beli	<p>Minat beli merujuk pada semua aspirasi dan keinginan seseorang untuk memperoleh sebuah produk dalam jumlah dan waktu tertentu. Ini mencerminkan pernyataan mental konsumen yang mengekspresikan dorongan untuk membeli sebuah produk. Hal ini penting bagi pemasar dalam memahami preferensi dan perilaku konsumen.</p> <p>(Agustin & Amron, 2022)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. minat transaksional 2. minat refresial 3. minat preferensial 4. minat eksploratif 	likert

Sumber: Data Peneliti, 2024

3.8 Metode Analisis Data

Analisis data yang dikemukakan oleh (sugiyono, 2019) merupakan langkah yang diambil setelah data dari sejumlah responden atau informasi dari berbagai

sumber telah terkumpul. Data tersebut kemudian diolah secara mendalam untuk mendapatkan kesimpulan yang akurat dan dapat digunakan sebagai solusi dari permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Dalam proses ini, peneliti memanfaatkan teknik analisis data statistik deskriptif.

3.8.1 Analisis deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode analisis yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang telah dikumpulkan tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini, deskripsi data digunakan untuk menjelaskan setiap variabel, yaitu *brand image*(X1), *content influencer* (X2), *live streaming* tiktok (X3), terhadap Minat Beli (Y). Tahapan dalam analisis deskriptif meliputi pengumpulan data, pencatatan, peringkasan, penyusunan, dan penyajian data. Data yang akan dianalisis dapat berupa tabel, grafik, atau diagram.

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji validitas

Menurut (Janna & Herianto, 2021) Uji validitas adalah proses untuk menentukan sebuah alat pengukuran, seperti kuesioner, memiliki validitas atau tidak (valid atau tidak valid). Validitas menunjukkan sejauh mana alat tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam konteks ini, validitas kuesioner diukur dengan melihat apakah pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di dalamnya secara tepat mencerminkan konstruk yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengujian berikut cara mengukur validitas data dalam sebuah penelitian menurut (Janna & Herianto, 2021) sebagai berikut:

Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05.

- a. Kriteria pengujiannya yaitu: H_0 diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, (alat ukur yang digunakan valid atau sah) H_0 ditolak apabila $r_{statistik} \leq r_{tabel}$. (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah)
- b. Cara menentukan besar nilai R_{tabel} $R_{tabel} = df (N-2)$, tingkat signifikansi uji dua arah. Misalnya $R_{tabel} = df (13-2, 0,05)$. Untuk mendapatkan nilai R_{tabel} kita harus melihat ditebal R .

3.8.2.2 Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa dapat diandalkan atau dipercayai suatu alat pengukur. Dengan demikian, uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi alat pengukur, apakah alat tersebut tetap konsisten jika pengukuran dilakukan berulang kali. Alat pengukur dianggap reliabel jika memberikan hasil yang konsisten meskipun diujikan berulang kali.

Uji reliabilitas biasanya memakai metode Cronbach's Alpha untuk data penelitian dan kuesioner. Cronbach's Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 atau 0 (Janna & Herianto, 2021). Perhitungan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* diterima, apabila perhitungan $r_{hitung} > r_{tabel}$ 5%. Pengujian menggunakan reliabilitas dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0.70 .

3.8.3 Uji asumsi klasik

3.8.3.1 Uji normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang menentukan kecocokan distribusi normal dari beberapa variabel (sugiyono, 2019). Model yang dikatakan baik jika variabel berdistribusi normal. H_0 merupakan data yang terdistribusi normal, sedangkan H_a data yang tidak terdistribusi normal. Dikatakan juga jika residual terdistribusi normal, maka nilai signifikannya $> 0,05$ atau lebih dari 5% begitupun sebaliknya. Adapun uji yang akan peneliti pakai yaitu uji normalitas Kolmogorov Smirnov.

3.8.3.2 Uji multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi saling berkorelasi. Variabel independen dalam sebuah model regresi yang baik harus bersifat independen satu sama lain. Jika terdapat korelasi antara variabel independen, ini menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak bersifat ortogonal. Variabel dikatakan bersifat ortogonal jika tidak ada korelasi di antara keduanya. Dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance, kita dapat menentukan apakah terdapat multikolinieritas dalam model regresi tersebut (Isrudini, I. B. Z., & Rismawati, 2022). Adanya ketentuan yaitu:

1. $VIF > 10$, terjadinya multikolinearitas
2. *Tolerance* $> 0,10$, tidak terjadi multikolinearitas
3. $VIF < 10$, tidak terjadinya multikolinearitas

3.8.3.3 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi ketidaksamaan varians dari residual di antara berbagai pengamatan dalam model regresi. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami heteroskedastisitas. Metode heteroskedastisitas ini mengkolerasikan variabel independen dengan *unstandardized residual*. Uji ini memeriksa korelasi antara variabel independen dan nilai residual yang tidak dinormalisasi. Uji yang akan dipakai dalam heteroskedastisitas ini adalah uji Glejser. Menurut (Firdausya & Indawati, 2023) uji Glejser memiliki tingkat sensitivitas yang lebih baik untuk mencari heteroskedastisitas disetiap vaiabel. Tingkat signifikansi yang umum digunakan adalah 0,05. Jika korelasi antara variabel independen dan residual tidak signifikan ($p > 0,05$), maka tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode statistik yang mengandaikan adanya hubungan sebab-akibat antara dua variabel dengan menggunakan model regresi linier berganda. Variabel yang berpotensi menjadi penyebab perubahan dikenal sebagai variabel independen, sementara variabel yang mengalami perubahan akibat dari variabel independen tersebut disebut variabel dependen (Basuki & Prawoto, 2019). Dalam penelitian ini *brand image*, *content influencer* dan *live streaming* tiktok merupakan variabel independen dan minat beli sebagai variabel dependen. Regresi linier berganda dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$
 Rumus 3. 2 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Basuki & Prawoto, 2019)

Keterangan:

Y = Minat beli

α = konstanta

B₁, B₂, B₃ = Koefisiensi garis regresi

X₁ = *brand image*

X₂ = *content influencer*

X₃ = *live streaming* tiktok

e = *error* atau kesalahan regresi

3.8.4.2 Analisis koefisien determinasi (R²)

Analisis koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengevaluasi dan memprediksi sejauh mana faktor-faktor independen memengaruhi variabel dependen secara keseluruhan. Nilai koefisien determinasi berada dalam rentang antara 0 dan 1. Ketika nilai mendekati 1, hal ini menandakan bahwa variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. Namun, penurunan nilai R² menunjukkan bahwa faktor-faktor independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variabel dependen (Basuki & Prawoto, 2019).

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji hipotesis secara parsial (T-Tes)

Uji hipotesis secara parsial, atau uji t, dilakukan untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh dari masing-masing variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, untuk menentukan apakah terdapat pengaruh secara simultan, maka dapat membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel, dan nilai Signifikansi (Sig.) tidak boleh melebihi 0,05. Nilai t hitung $>$ t tabel dan signifikansi $<$ 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Dan nilai t hitung $<$ t tabel dan signifikansi $>$ 0,05 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.

3.8.5.2 Uji hipotesis secara simultan (F-Tes)

Uji hipotesis secara simultan, atau uji F, dilakukan untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan, nilai yang dapat membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel, dan nilai Signifikansi (Sig.) tidak boleh lebih besar dari 0,05.

Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dan signifikansi kurang dari 0,05, itu menandakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel dan signifikansi lebih besar dari 0,05, itu menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.