

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Hardani *et al*, 2023:240) penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Penelitian kuantitatif lebih sistematis, jelas, terstruktur, dan terencana dari awal hingga ke akhir penelitian. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk mengevaluasi secara menyeluruh bagaimana pengaruh Selebgram, Sosial Media, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific pada mahasiswa Batam.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif karena akan mendeskripsikan serta menganalisis hubungan antara variabel yang sedang diteliti. Menurut (Hardani *et al*, 2023:54) penelitian deskriptif digunakan dengan tujuan untuk menganalisis data yaitu dengan cara memberikan fakta secara sistematis atau menggambarkan data yang sudah terkumpul sebelumnya tanpa mengubah data dan fakta pada variabel-variabel yang ada.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sebagian besar wilayah Kota Batam terkhusus pada sebagian pengguna produk Skintific yang ada di wilayah Batam. Penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran angket yaitu berupa kuesioner melalui

google form.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian yang dilakukan pada penulisan proposal ini mulai dari penginputan judul hingga ke hasil akhir kurang lebih terhitung dari bulan Maret 2024 hingga bulan Juli 2024.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Hardani *et al*, 2023:361) populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, hewan, tumbuhan, gejala-gejala, atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Kelompok target pada penelitian ini yaitu para pengguna produk skincare Skintific di wilayah Batam. Ukuran pada populasi penelitian ini tidak diketahui atau tidak memiliki jumlah yang tetap.

3.4.2 Teknik penentuan besar Sampel

Menurut Sugiyono (2016) dalam Indriyani & Suri (2020:28) Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi yang mewakili karakteristik populasi dalam suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, ditetapkan kriteria khusus pada pengguna produk skincare Skintific di Kota Batam. Peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk memudahkan menghitung jumlah sampel.

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

Rumus 3. 1 Rumus Lemeshow

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Nilai Standar = 1,96

P = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = Alpa (0,10) atau sampling error 10 %

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

Dari perhitungan menggunakan rumus Lemeshow menghasilkan 96 responden dibulatkan menjadi 100 responden. Jumlah 100 responden inilah yang dijadikan sampel pada penelitian ini.

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut (Hardani *et al*, 2023:368)purposive sampling adalah teknik pemilihan sampel dengan mengamati kriteria tertentu. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode pengambilan sampel accidental sampling. Accidental sampling adalah teknik pengumpulan data yang memilih sampel dari populasi secara kebetulan, yaitu siapa saja yang ditemui oleh peneliti pada saat penelitian dan dianggap sesuai dengan karakteristik sampel atau sebagai sumber data yang dibutuhkan.

3.5 Sumber Data

Dalam melakukan penelitian ini terdapat dua jenis data yang diambil antara lain :

1. Data Primer

Menurut Maknunah (2020:4) Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara. Sumber data primer dalam penelitian

ini yaitu berupa hasil dari penyebaran kuesioner kepada pengguna Skintific di Batam melalui *google forms*.

2. Data Sekunder

Menurut Maknunah (2020:4) data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media. Sumber data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari jurnal penelitian, buku, serta penelitian terdahulu yang membuat informasi atau data-data yang berkaitan dengan penelitian

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Menurut (Maisaroh & Wibisono, 2022:20) kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara membagikan serangkaian pertanyaan kepada responden untuk dijawab dan memperoleh jawaban dari mereka. Pada penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner *online* melalui *google forms*. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk bisa menentukan tingkat responden, pendapat serta persepsi responden. Berikut ini kriteria skala likert :

Tabel 3. 1 Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Jawaban
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Soemadi (2023:191) Definisi operasional menjelaskan bagaimana cara untuk mengukur variabel. Definisi operasional suatu variabel merupakan penjelasan yang diberikan pada variabel tersebut dengan memberikan arti, menetapkan tindakan, atau menentukan prosedur yang dibutuhkan untuk mengukur variabel tersebut.

Menurut (Hasanah *et al*, 2022:15) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan agar mendapatkan informasi mengenai hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya.

3.7.1 Variabel Independen (Bebas)

Menurut (Lukito & Fahmi, 2020:94) Variabel independen adalah variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel dependen (terikat), baik itu pengaruh positif maupun negatif. Variabel ini dalam melakukan penelitian ditandakan dengan simbol X. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Selebgram (X1), Sosial Media (X2), dan Citra Merek (X3).

3.7.2 Variabel Dependen (Terikat)

Menurut (Lukito & Fahmi, 2020:94) Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi akibat adanya variabel independen. Dikatakan terikat karena dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel	Pengertian	Indikator
Selebgram (X1)	Selebgram adalah seseorang yang memiliki antusiasme terhadap suatu merek, bahkan dengan sukarela memperkenalkan dan memberikan informasi tentang merek tersebut. (Maharani & Nasution, 2023:283)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbukaan 2. Kesesuaian 3. Kepercayaan 4. Daya Tarik 5. Kekuatan
Sosial Media (X2)	Media sosial adalah alat atau saluran untuk interaksi sosial secara online di dunia digital. Media sosial berfungsi sebagai platform digital yang memberikan kesempatan kepada semua pengguna untuk terlibat dalam aktivitas sosial. (Mirnawati & Rustam, 2023:137)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan 2. Kepercayaan 3. Kualitas Informasi
Citra Merek (X3)	Citra merek adalah suatu gambaran dari pikiran seseorang yang melekat pada benak konsumen akan suatu produk atau merek, oleh karena itu perilaku konsumen terhadap suatu merek sangat ditetapkan oleh citra merek yang kokoh. (Fazirah&Susanti, 2022:248)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek yang dipercaya 2. Memiliki citra yang baik 3. Merek yang mudah dikenali 4. Logo merek yang mudah diingat
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen memilih satu tindakan dari beberapa opsi yang tersedia berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, dengan tujuan untuk membeli barang atau jasa yang memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. (Rosita & Novitaningtyas 2021:498)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kemandirian produk 2. Terdapat kebiasaan membeli 3. Rekomendasi dari orang lain 4. Adanya pembelian ulang

Sumber : Data Sekunder, 2024

3.8 Metode Analisis Data

Analisis data menurut (Sugiyono, 2020:147) adalah proses yang dilakukan setelah semua data dari responden atau sumber lainnya terkumpul. Langkah-langkah dalam analisis data meliputi pengelompokan data, penyajian data untuk setiap variabel yang diteliti, perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta

perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan proses yang dilakukan setelah seluruh data dari responden atau sumber lainnya terkumpul. Analisis data statistik deskriptif yang digunakan pada penelitian ini.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data sebagaimana adanya, tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Menurut (Abaharis & Yusra, 2022:759) analisis deskriptif adalah proses mengubah data mentah menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami atau diinterpretasikan, dengan tujuan untuk memperoleh gambaran mengenai objek penelitian. Deskripsi data pada penelitian ini digunakan untuk menjelaskan masing-masing variabel yaitu Selebgram (X1), Sosial Media (X2), dan Citra Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Tahapan dalam analisis deskriptif ini mencakup pengumpulan data, pencatatan, peringkasan, serta penyajian data. Data yang akan diproses yaitu berupa tabel, grafik, atau diagram.

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Menurut (Bimantara, 2021:113) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur apakah sah atau tidaknya suatu variabel kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menentukan validitas suatu kuesioner dapat dilihat dari nilai koefisien korelasinya. Kriteria untuk menguji validitas adalah jika r hitung $>$ r table maka hasil uji r memiliki tingkat signifikansi yang lebih kecil atau sama dengan 0,05,

maka variabel yang digunakan dianggap valid dan sebaliknya. Untuk menguji validitas digunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Rumus 3. 2 Korelasi Product Moment

Keterangan :

r hitung = Koefisien validitas pada pertanyaan yang dicari

n = Jumlah sampel/responden

X = Skor yang diperoleh subyek pada setiap item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

(Abaharis & Yusra, 2022:758) menyatakan uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala-gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap pertanyaan yang telah valid. Rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas *Cronbach' Alpha* dalam penelitian adalah. Suatu instrument dinyatakan reliabel jika r alpha (α) positif dan r alpha (α) lebih besar dari 0,60. Ermawati (2019:50)

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Rumus 3. 3 Uji Reliabilitas

Keterangan :

r = Reliabilitas koefisien

k = Jumlah butir pertanyaan

Σob^2 = Jumlah varian/skor

σ^2 = Varian totalnya

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian pengujian yang dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi-asumsi tertentu, sehingga hasil analisis regresi menjadi valid dan dapat diandalkan. Uji asumsi klasik dilakukan melalui tiga pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. (Nugroho & Sarah, 2021:121)

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah suatu distribusi variabel cocok dan distribusinya normal. Suatu model regresi dikatakan baik apabila mampu mendistribusikan data secara normal dengan nilai signifikannya dari seluruh variabel penelitian lebih besar daripada nilai alpha 0,05 (Mahendra & Putri, 2022:27). Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis normalitas meliputi langkah-langkah berikut:

1. Menyusun hipotesis dalam bentuk kalimat:

H_0 : Data berdistribusi normal

H_a : Data tidak berdistribusi normal

2. Menentukan tingkat risiko kesalahan

Pada tahap ini menentukan seberapa besar kemungkinan melakukan

kesalahan dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar biasanya dilambangkan dengan α dan disebut sebagai tingkat signifikan

3. Menetapkan aturan pengujian

Jika nilai D hitung lebih kecil dari D tabel maka H_0 diterima

4. Menghitung nilai D hitung

5. Membandingkan nilai D tabel dan D hitung

6. Membuat keputusan berdasarkan perbandingan tersebut

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Fatimah & Nurtantiono, 2022:109) Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen atau bebas. Pengujian multikolinieritas guna menelusuri apakah korelasi di antara variabel bebas memiliki permasalahan gejala multikolinieritas ataupun tidak. Menentukan ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF). Menurut Ghazali (2018) dalam jurnal (Hermawan *et al*, 2022:4), pengambilan keputusan berdasarkan nilai toleransi dan VIF sebagai berikut :

Jika nilai toleransi $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 , maka tidak ada multikolinieritas di antara variabel independen

Jika nilai toleransi $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 , maka ada multikolinieritas di antara variabel independen

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan atau ketidaksamaan variance residual dari satu pengamatan ke pengamatan

lainnya dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah ketika homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ maka heteroskedastisitas tidak terjadi. (Fatimah & Nurtantiono, 2022:109)

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

(Ningrum *et al*, 2023:2134) menyatakan regresi linier berganda merupakan metode analisis yang sesuai ketika penelitian melibatkan dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Tujuannya adalah untuk memperkirakan perubahan pada variabel terikat sebagai respon terhadap variabel-variabel bebas. Pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS 25. Dalam menghitung besaran pengaruh Selebgram (X1), Sosial Media (X2), Citra Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dalam mengujinya menggunakan rumus sebagai berikut (Rosita & Novitaningtyas, 2021:500) :

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

Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

A = Nilai Konstantanya

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien variabel independen

X1 = Selebgram

X2 = Sosial Media

X3 = Citra Merek

E = Error / kesalahan regresi

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

(Jannah *et al*, 2023:524) menyatakan bahwa koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi adalah suatu ukuran yang menunjukkan persentase keragaman total dalam variabel terikat (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X) dalam sebuah model regresi. Koefisien ini biasanya dilambangkan dengan R² dan nilainya berkisar antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1 nilai R² semakin baik model tersebut dalam menjelaskan dalam data.

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji Statistik (T-Test)

Uji T bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 (5%). Pada metode ini dapat dilakukan pengujian untuk menentukan validitas hipotesis. Maharani & Nasution (2023:281) Dalam membuktikan seberapa besar mempengaruhi variabel bebas secara individual terhadap variasi variabel terikat. Keputusan didasarkan pada :

a. Kriteria pengujian :

1. Ho diterima dan Ha di tolak jika $t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$
2. Ketika Ha diterima dan Ho di tolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

b. Kriteria objektif :

1. Ho diterima dan Ha di tolak jika signifikan $> 0,05$
2. Ho ditolak dan Ha di terima jika signifikan $< 0,05$

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3. 5 T Hitung

Keterangan :

n = Sampel

r = Koefisien kolerasi

r^2 = koefisien determinasi

3.8.5.2 Uji Statistik F

(Jannah *et al*, 2023:524) Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel-variabel independen secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka hipotesis alternatif (Ha) ditolak dan hipotesis nol (H0) diterima
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak.

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

Rumus 3. 6 F Hitung

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

K = Banyaknya variabel independen