BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dimana penyajian datanya berupa angka dengan tujuan mengetahui bagaimana pengaruh *beauty influencer*, *brand image* dan *customer review* dalam mempengaruhi keputusan pembelian *skincare* Ms Glow di Kota Batam. Teknik untuk mengumpulkan data yang akan diolah yaitu dengan melakukan survei dan membagikan kuesioner serta dapat dibagikan secara langsung maupun online menggunakan *google form* dengan membagikan melalui laman media sosial (Sherli et al., 2023).

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian yang bersifat replika adalah pilihan yang dilakukan oleh peneliti, dimana peneliti melanjutkan cara yang dilakukan peneliti terdahulu dalam pengumpulan data menggunakan *survey online*, variabel, indikator dan alat analisis yang sama yang membedakannya adalah pada objek yang diteliti, penambahan variabel, tempat, dan responden yang diteliti.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Wilayah yang ditetapkan dalam sebuah penelitian harus berdasarkan kebutuhan dari penelitian demi mendapatkan data yang lebih akurat. Penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek yaitu di kota Batam, Kepulauan Riau khususnya daerah Batu Aji.

3.3.2 Periode Penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun 2024				
	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
Pengajuan judul					
Studi pustaka					
Metode Penelitian					
Penyebaran Kuesioner					
Penyusunan kuisisioner					
Analisis data					
Pengumpulan skripsi					

Sumber: Data Peneliti, 2024

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi (Intania, Nobelson, & Suharyati, 2021) sesuatu yang menjadi sasaran penelitian, memiliki karakteristik yang ditetapkan peneliti mencakup wilayah maupun sektor, kemudian digunakan untuk mencapai kesimpulan. Populasi untuk penelitian ini merupakan masyarakat Batu Aji, Kota Batam dan berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 18 tahun - 30 tahun. Sumber informasi yang didapat melalui Badan Pusat Statistik Kota Batam tahun 2024 bahwa penduduk kota batam yang berjenis kelamin perempuan mencapai 631,34 ribu jiwa dan untuk jumlah penduduk berjenis kelamin perempuan dikecamatan Batu Aji mencapai 71.149 jiwa. Jumlah populasi belum diketahui ada berapa namun yang menjadi populasinya yaitu masyarakat yang pernah memakai produk Ms Glow dan yang sedang menggunakannya.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampling

Sampel untuk penelitian yang sedang dilakukan merujuk pada populasi karena pada dasarnya sampel itu sendiri mewakili keseluruhan dari populasi yang ada, karena ketidak mampuan peneliti dalam mengkaji populasi yang terlalu besar jumlahnya maka rumus yang digunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi yang akan diteliti belum diketahui dengan pasti.

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

Rumus 3. 1 Lemeshow

Penjelasan

n : Sampel

Za² : nilai Standart = 1.96

P : maksimal estimasi = 50% = 0,5

d² : tingkat ketelitian 10%

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

Hasil sampel dari perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow sebesar 96 responden, maka dari itu peneliti membulatkan banyaknya responden menjadi 100.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik yang dilakukan saat pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu dengan tidak memberi kesempatan yang sama pada semua populasi untuk dijadikan sampel dan

menggunakan teknik *voluntary sampling* dengan pengumpulan sampel atas dasar kerelaan Penduduk Kota Batam untuk ikut serta dalam mengisi kuesioner yang akan dibagikan.

Perhitungan sampel yang telah dilakukan peneliti dengan menggunakan rumus Lemeshow memperoleh sampel sebanyak 100 orang lalu kuesioner akan dibagikan kepada pengguna atau yang pernah menggunakan produk Ms Glow yang bertempat tinggal di Kecamatan Batu Aji, Kota Batam dengan usia berkisar 18 sampai 30 Tahun.

3.5 Sumber Data

Penelitian ini memakai sumber data sebagai berikut:

1. Data Primer

Pengumpulan data dilakukan secara langsung, dapat melalui banyak cara bisa melalui interview yang dilakukan langsung, maupun dari hasil pengamatan dari peneliti dan kebenarannya bisa langsung di ketahui dari seorang yang telah ditentukan (Setiawan, 2021).

2. Data Sekunder

Salah satu cara pengumpulan data dalam bentuk fisik dapat berupa tulisan dari buku referensi serta sumber-sumber lainnya dan bukti tersebut disebarluaskan dikalangan masyarakat, serta biaya yang diperlukan lebih murah (Setiawan, 2021).

3.6 Metode Pengumpulan Data

Membagikan kuesioner dengan *google form* menjadi metode pengumpulan data dalam penelitian ini agar lebih mudah pada saat pengisian jawaban dan

menghemat biaya yang akan dikeluarkan ketika dibagikan ke sosial media sampel yang dituju. Kuesioner penelitian dibagikan kepada masyarakat Kota Batam yang berjenis kelamin perempuan dan berusia sekitar 18 sampai 30 tahun dalam pengumpulan datanya. Untuk skala yang digunakan adalah Skala Likert yang pengertiannya ialah alat penilaian tindakan, perspektif atau persepsi dari individu atau kelompok orang sebuah fenomena sosial (T. Herawati, Gian Fitralisma, Indah Dewi Mulyani, & Muhammad Syaifulloh, 2022), nilai skalanya antara 1 sampai 5.

Tabel 3. 2 Skala Likert

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

Sumber: Data Peneliti, 2024

3.7 Definisi Operasi Variabel

Definisi operasional ialah yang memaparkan setiap variabel yang digunakan pada penelitian yang umumnya berjumlah dua diantaranya ada variabel bebas atau yang biasa dikenal independen dan variabel dependen. Untuk variabel yang akan dipengaruhi oleh variabel bebas adalah variabel terikat dan penjabarannya sebagai berikut:

3.7.1 Variabel Independen (X)

Maksud dari variabel independen ini adalah suatu variabel yang menyebabkan terjadinya suatu perubahan bagi variabel lain (Ulfa, 2021). Variabel yang mempengaruhi pada penelitian ini yaitu.

- a. *Beauty Influencer* (X1)

Seorang individu yang mempunyai keterampilan dalam dunia kecantikan dan memiliki pengaruh terhadap masyarakat lewat sosial media ketika membagikan sebuah produk dengan maksud agar masyarakat yang melihat berniat untuk membeli produk yang dibagikan (Apsari & Maulana, 2024).

b. *Brand Image* (X2)

Citra merek merupakan gambaran yang dibentuk masyarakat dalam pikirannya terhadap suatu produk baik atau buruknya produk tersebut ketika sudah merasakan manfaat dari produk itu sendiri (Kawilarang, Tumbuan, & Loindong, 2022).

c. *Customer Review* (X3)

Informasi berupa ulasan yang dibagikan seseorang setelah membeli suatu produk dengan bermaksud memberi penilaian terhadap produk tersebut yang akan mengubah pandangan orang lain untuk membeli atau tidak produk tersebut (Tampubolon & Adlina, 2023)

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang akan menerima perubahan yang dilakukan oleh variabel independen dengan perubahan yang berbeda pada hasil akhirnya (Ulfa, 2021). Untuk variabel terikat pada penelitian ini yaitu:

a. Keputusan Pembelian (Y)

Pertimbangan yang dilakukan seseorang untuk memilih suatu produk antara satu dari beberapa pilihan yang ada dengan melakukan banyak pertimbangan baik dari segi harga, desain, citra produk dan kegunaan sebelum melakukan pembelian (Tampubolon & Adlina, 2023)

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
1	<i>Beauty influencer</i> (X1)	Menurut Hutapea dalam (Novitasari et al., 2022) beauty influencer ialah seseorang yang memiliki pengetahuan dalam industri kecantikan, menjadi sumber informasi bagi masyarakat berkaitan dengan produk yang di pakai dan berbagi pengalaman ketika memakai produk kecantikan tersebut.	1. <i>Trustworthiness</i> 2. <i>Expertise</i> 3. <i>Attractivenes</i> 4. <i>Respect</i> 5. <i>Similarity</i>	<i>Likert</i>
2	<i>Brand image</i> (X2)	<i>Brand image</i> atau sering disebut citra merek yaitu suatu konsep yang yang dilakukan sebuah perusahaan untuk memperkenalkan merek perusahaan mereka kepada masyarakat luas, citra yang baik akan berpengaruh baik juga teradap pandangan konsumen terhadap produk tersebut (Pramesti, 2021).	1. <i>Brand Indetity</i> 2. <i>Brand Personality</i> 3. <i>Brand Association</i> 4. <i>Brand Attitude and Behavior</i> 5. <i>Brand Benefid and Competence</i>	<i>Likert</i>
3	<i>Customer Review</i> (X3)	<i>Customer review</i> merupakan Informasi yang diterima calon konsumen terhadap suatu barang yang dilihat dalam bentuk ulasan yang di tinggalkan pasca konsumen setelah menggunakan suatu produk atau jasa (Y. giana Putri et al., 2022)	1. Manfaat yang dirasakan 2. kredibilitas sumber 3. kualitas argument 4. valensi 5. jumlah ulasan	<i>Likert</i>

4	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian menurut (Lisdiana, 2021) merupakan segala hal berhubungan dengan produk yang ingin di beli baiknya konsumen mencari tahu informasi terkait produk, dan hal ini menjadi langkah awal yang harus dilakukan konsumen pada saat memutuskan membeli suatu produk.	1.Kelebihan suatu produk 2.Kebiasaan dalam membeli produk 3.merekomendasikan kepada orang 4. pembelian ulang 5. kecepatan dalam membeli sebuah produk	<i>Likert</i>
---	-------------------------	--	---	---------------

Sumber: Data Peneliti, 2024

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data deskriptif yang akan digunakan pada penelitian ini. Untuk mendapat hasil yang lebih akurat menggunakan dua alat yaitu Microsoft Excel dan SPSS dimana hasilnya akan dicatat dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis Deskriptif yang dimaksud adalah keterangan yang berguna untuk menjelaskan, menyelidiki sesuatu, guna menemukan pengertian atau maknanya dan sesudah ditemukan dapat ditunjukkan dalam bentuk tabel, grafik dan sejenisnya yang dapat memudahkan orang memahaminya (Athoillah, Pramesti, & Mustikawati, 2020). Untuk data yang telah terkumpul dari jawaban responden kemudian akan diolah melalui statistik dengan memanfaatkan program SPSS.

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

Rumus 3. 2 Rentan Skala

Penjelasan:

RS = Rentang skala

n = banyak sampel

m = jumlah jawaban

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

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

$$RS = 80$$

Untuk skala yang diperoleh pada perhitungan yang telah dilakukan:

Tabel 3. 4 Rentan Skala

No	Rentang skala	Kriteria
1	100-180	Sangat tidak baik
2	181-261	Tidak baik
3	262-342	Cukup
4	343-423	Baik
5	424-504	Sangat baik

Sumber: Peneliti, 2024

3.8.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data merupakan pembuktian dari keakuratan pengujian yang telah dilakukan dengan tujuan hasil yang telah didapat, kebenarannya bisa dipertanggung jawabkan. Untuk melakukan pengujian dapat dilakukan dengan dua uji yaitu:

2.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan guna mengetahui bahwasanya kuesioner yang dibagikan valid atau tidak untuk hasil yang diinginkan dalam pengumpulan data. Dikatakan valid jika hasil dari uji yang dilakukan nilainya lebih tinggi dari nilai yang sudah ditentukan, dan jika malah sebaliknya hasilnya lebih rendah dari nilai yang telah ditentukan dinyatakan tidak valid (Arsi, 2021). Untuk mengetahui nilainya maka dapat dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi.

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

Rumus 3. 3 Korelasi

Keterangan:

r : Koefisien Korelasi

x : Skor keseluruhan variabel X

y : Skor keseluruhan variabel Y

N : banyak sampel

Cara untuk membuktikan kebenaran dari pernyataan yang dibagikan valid atau sebaliknya dapat mencocokkan hasil data r_{hitung} yang diolah dengan r_{tabel} dengan taraf signifikansi sebesar 5%:

- a. Apabila jumlah $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka hasil pernyataan yang dibagikan kepada responden diterima.
- b. Apabila jumlah $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka hasil pernyataan yang dibagikan kepada responden tidak diterima.

Pengujian yang dilakukan untuk menguji variabel X dan Y memanfaatkan aplikasi SPSS versi 25 for windows.

2.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui hasil yang diterima saat ini ketika dilakukan penelitian kembali, akan kah tetap mendapat hasil yang sesuai dengan pengujian pertama yang sudah dilakukan (Arsi, 2021), dapat di uji menggunakan SPSS. Untuk perhitungannya dapat dilakukan dengan rumus:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \left\{ \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right\} \right]$$

Rumus 3. 4 Uji Reliabilitas

Keterangan untuk rumus:

r_{11} : instrument reliabilitas

k : Jumlah pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varian pertanyaan yang dikuadratkan

σ_t^2 : total varian yang dikuadratkan

Untuk nilai *Alpha Combach's* yang dapat diterima atau yang dikatakan reliabel yaitu $> 0,60$ untuk nilai *Alpha Combach's* $< 0,60$ merupakan data yang tidak reliabel.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Kegunaan dari uji ini sebagai salah satu syarat dalam uji analisis regresi linier berganda sebagai dasar *ordinary lest square* untuk mengetahui keabsahan dari setiap variabel independen dan dependen. Tujuan yang paling utama dilakukannya uji ini dalam memenuhi syarat dalam memastikan kualitas regresi yang optimal.

3.8.3.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas ialah cara yang lumrah dilakukan untuk mengetahui variabel independen dan dependen memiliki distribusi normal atau sebaliknya. Kalkulasi dalam uji normalitas ini bisa memakai SPSS, dengan menggunakan grafik histogram beserta *Kolmogorov Smirnov* (Ichsan & Karim, 2021) Kriteria meliputi apabila titik-titik data disusun dengan sejajar seperti desain yang menyerupai lonceng, ini disebut model regresi normal dan apabila titik-titik yang disusun tidak sesuai arah yang telah ditentukan, ini menunjukkan ketidak normalan dalam model regresi.

1. Jika mendapat nilai yang signifikan > 0.05 dan ini disebut normal
2. jika mendapat nilai yang signifikan < 0.05 dan ini dapat disimpulkan tidak normal

$$X^2 = \sum \frac{O_i - E_i}{E_i}$$

Rumus 3. 5 Uji Normalitas

Penjelasan:

X^2 = nilai X^2

O_i = nilai observasi

E_i = Nilai harapan

N = Total Frekuensi

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas diadakan demi melihat tidak ada kaitan antar variabel independen karena akan lebih baik jika antara variabel independen tidak memiliki

hubungan. *Tolerance* adalah cara yang paling mudah untuk mengetahuinya, dapat juga diketahui dengan melihat hasil VIF atau bisa disebut dengan *Variance Inflation Factors* dengan menggunakan SPSS (Wandita, 2020). Yang menjadi standar dalam uji multikolinearitas ini adalah, apabila $VIF < 10$ hasilnya tidak terjadi multikolinearitas, jika hasilnya lebih dari 10 maka multikolinearitas.

$$VIF_i = \frac{1}{1-R_j^2} \quad \text{Rumus 3. 6 Multikoliniearitas}$$

Keterangan:

VIF = *Variance information factor*

R_j^2 = Korelasi variabel X

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ialah salah satu cara yang dapat dipakai untuk tahu dalam model regresi apakah bisa terjadi ketidak samaan *variance* dari residual dengan observasi yang dilakukan peneliti yang berbeda. Jika tidak terdapat perbedaan maka dapat dikatakan sebagai homoskedastisitas. Untuk mengenali uji ini terlihat-titik yang menyebar tidak teratur dan dilakukan dengan metode *Scatter Plot* (Prilano, Sudarso, & Fajrillah, 2020)

3.8.4 Uji Pengaruh

Uji pengaruh dilakukan agar dapat melihat bagaimana dampak setiap variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, kemudian menarik kesimpulan terkait kemampuan masing masing variabel apakah memiliki perbedaan atau tidak.

3.8.4.1 Regresi Linier Berganda

Penggunaan uji ini dilakukan untuk memperhatikan variabel dependen dipengaruhi oleh variabel dependen baik hanya satu variabel bebas atau dengan cara simultan, dengan tujuan melihat kuat atau tidaknya hubungan diantara variabel. Analisis regresi linier memperkirakan berapa banyak variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dapat diketahui memakai rumus:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Rumus 3. 7 Regresi Linier Berganda

Penjelasan:

Y : Variabel pembelian

a : Konstanta

x_1 : Variabel *beauty influencer*

x_2 : Variabel *brand image*

x_3 : Variabel *customer review*

e : *Error term*

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan dalam rangka memperoleh kuatnya pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dimana jika Nilai dari R^2 mendekati 1, hal ini dianggap baik namun Jika $R = 0$ atau nilainya mendekati 0, hubungannya berkebalikan dengan nilai yang mendekati satu yang berarti hubungan setiap variabel lemah (Feny & Sutedjo, 2022)

$$\text{KD} = r^2 \times 100\%$$

Rumus 3. 8 Determinasi

Penjelasan:

KD = Nilai determinasi

r^2 = Nilai korelasi

3.9 Uji Hipotesis

Pandangan awal untuk uji analisis regresi, uji hipotesis dilakukan dengan tujuan menarik kesimpulan berdasarkan hasil yang telah didapatkan dari pengambilan keputusan data melalui percobaan maupun observasi.

3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan pada penelitian ini agar dapat mengetahui uji yang dilakukan pada variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Dengan mengikuti kriteria berikut:

- 1) H_0 ditolak ketika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau signifikan $\leq 0,05$ maksudnya ialah satu variabel bebas yang diuji berpengaruh pada variabel terikat.
- 2) H_0 diterima ketika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau signifikan $\leq 0,05$ maksudnya ialah satu variabel bebas dilakukan uji tidak memiliki pengaruh positif pada variabel terikat.

Untuk mengetahuinya dapat dilakukan menggunakan rumus:

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

Rumus 3. 9 Uji t

Dimana:

t = nilai dari t_{hitung}

r = koefisien korelasi

r^2 = koefisien determinasi

n = banyaknya sampel

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk menguji semua variabel bebas secara bersama dengan variabel terikat, apakah memiliki pengaruh atau tidak sama sekali ketika dilakukan pengujian dapat dilihat dari kriteria berikut:

- 1) H_0 akan ditolak ketika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikansi $\leq 0,05$ maksudnya ialah antara semua variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat.
- 2) H_0 akan diterima ketika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikansi $\leq 0,05$ maksudnya ialah antara semua variabel bebas tidak dapat memberi pengaruh pada variabel terikat.

Rumus yang digunakan dalam perhitungan ini ialah

$$\boxed{F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}} \quad \text{Rumus 3. 10 Uji F}$$

Dimana:

R = koefisien korelasi ganda

k = banyaknya variabel bebas

n = banyaknya sampel