

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, yang dilakukan secara sistematis untuk menguji hipotesis berdasarkan kaidah ilmiah melalui analisis terhadap populasi maupun sampel. Pendekatan ini bertujuan memahami fenomena secara menyeluruh dengan mengumpulkan data dari kondisi alami, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen utama (Riadana & Sunarsi, 2021). Metode ini dipilih untuk menguji teori bahwa kualitas produk, *influencer marketing* dan *customer review* memengaruhi keputusan pembelian produk *Hand & Body Lotion Viva Kosmetik* di Kota Batam.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat replikasi, yang bertujuan menguji sejauh mana temuan atau teori sebelumnya dapat dibuktikan kembali kekokohannya. Meskipun memiliki kesamaan dengan studi terdahulu, penelitian ini menghadirkan perbedaan pada variabel yang dikaji, data yang lebih baru, serta waktu pelaksanaan.

3.3 Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam pengumpulan data yang dibutuhkan menjadikan peneliti menentukan tempat yang akan dijadikan penelitian ini ialah Kota Batam, terutama di wilayah Kec. Batu Aji.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian dilakukan pada Maret 2025, dengan tahapan awal dari pengusulan judul hingga ke tahapan saat ini. Untuk menggambarkan lebih jelas, rincian lengkap tentang periode penelitian bisa diketahui pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Pengajuan Judul					
BAB I					
BAB II					
BAB III					
Penyebaran Kuesioner					
Pengolahan Data					
BAB IV					
BAB V					
Penyerahan Skripsi					

Sumber: Peneliti 2025

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi yaitu dasar penting pada penelitian sebab temuan dari sampel akan digeneralisasikan untuk mewakili semua populasi (Priadana & Sunasi, 2021). Populasi penelitian ini meliputi penduduk Kec. Batu Aji di Kota Batam, yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya.

3.4.2 Teknik Penentuan Jumlah Sampel

Kualitas sampel sangat bergantung pada metode pengambilannya. Penelitian ini tidak melibatkan seluruh populasi karena terbatasnya waktu, tenaga, serta besarnya jumlah populasi, sehingga pengambilan sampel menjadi pilihan yang lebih efektif. Untuk itu sampel yang diterapkan peneliti yakni penduduk Kecamatan

Batu Aji di Kota Batam, serta peneliti akan mengaplikasikan rumus *Jacob Cohen* yang bisa diketahui yakni:

$$N = \frac{L}{F^2} + u + 1$$

Rumus 3. 1 *Jacob Cohen*

Keterangan:

N : Ukuran sampel

F^2 : *Effect Size* (0,1)

U : Banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian

L : Fungsi Power (u), Hasil Tabel Power = 0,95

Dengan harga L tabel (t.s = 1%) = 0,95 dan u = 19,76, maka jumlah sampel yang dikumpulkan untuk penelitian ini adalah

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

$$N = 19,76/0,1 + 5 + 1$$

$$N = 203,6 = 204$$

Hasil dari penelitian menerangkan yakni sampel total meliputi 204 orang, yang dihitung menggunakan rumus Jacob Cohen.

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menerapkan teknik *Non-Probability Sampling*, yakni metode mengambil sampel tanpa memberi peluang sama untuk populasi. Pengumpulan data dilakukan berdasarkan kriteria yang selaras dengan tujuan penelitian. Salah satu teknik yang diterapkan ialah *purposive sampling*, yakni pemilihan responden secara

sengaja berdasarkan faktor-faktor tertentu. Sampel dinyatakan memenuhi syarat apabila sesuai kriteria yang ditetapkan peneliti, yaitu:

1. Responden yakni penduduk domisilinya di Kota Batam terkhusus Kecamatan Batu Aji
2. Responden usia minimum 17 tahun
3. Responden pembeli dan menggunakan produk *hand & body lotion* Viva Kosmetik

Alasan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* karena sesuai dan tepat dengan jenis penelitian yaitu penelitian kuantitatif, ataupun jenis penelitian yang tidak mempunyai kesimpulan.

3.5 Sumber Data

Sumber data yang akan diterapkan pada penelitian ini memiliki 2 sumber yakni :

1. Data Primer, ialah data yang didapatkan dengan menerapkan teknik kuesioner yang diisi oleh responden sebagai konsumen *Hand & Body Lotion* Viva Kosmetik di Kecamatan Batu Aji Kota Batam.
2. Data Sekunder, yakni jenis data yang tidak didapat langsung peneliti, namun didapat dari sejumlah saluran yang sudah di terbitkan pihak lain.

3.6 Metode Teknik Pengumpulan Data

Metode mengumpulkan data penelitian ini menerapkan kuisisioner. Kuisisioner merupakan alat pengumpulan data dengan memberi pertanyaan pada responden dengan tertulis, dengan harapan mendapat hasil dari pertanyaan-pertanyaan tersebut untuk keperluan penelitian.

Peneliti menggunakan skala Likert sebagai alat ukur dalam mengumpulkan data dari responden. Skala ini bisa menimbulkan kemungkinan untuk menyatakan tingkat setuju ataupun tidak setuju pada pertanyaan yang di berikan, dengan rentang nilai dari 1 hingga 5. Setiap angka mencerminkan intensitas sikap responden terhadap pertanyaan yang diajukan, yaitu:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Pertanyaan	Simbol	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber : (Sugiono, 2020)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Bebas (X)

Variabel bebas ialah faktor yang bisa memberi pengaruh pada perubahan variabel dependennya. Dalam penelitian ini peneliti telah sudah memilih variabel bebasnya yakni Kualitas Produk (X1), *Influencer Marketing* (X2) dan *Customer Reviews* (X3).

3.7.2 Variabel Terikat

Variabel terikat merupakan variabel memengaruhi variable bebas dan menjadi fokus utama dalam suatu penelitian (Prasetyo Bambang, 2021). Variabel terikat penelitian ini yang diterapkan oleh peneliti yakni keputusan pembelian (Y).

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X ₁)	Identitas utama yang melekat pada suatu produk mencakup daya tahan, ketepatan, serta keunggulan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara efektif (Purwadinata & Batilmurik, 2020)	1. Ciri produk 2. Kesesuaian dengan spesifikasi 3. Ketahanan 4. Keandalan 5. Desain	<i>Likert</i>
<i>Influencer Marketing</i> (X ₂)	<i>Influencer marketing</i> ialah Sistem pemasaran ini dirancang untuk mempengaruhi sikap, perilaku, dan keputusan pembelian pembeli lewat keterlibatan influencer atau kelompok referensi tertentu yang aktif di media sosial. (Fathurrahman et al., 2021)	1. <i>Trustworthiness</i> 2. <i>Expertise</i> 3. <i>Attractives</i> 4. <i>Respect</i> 5. <i>Similarity</i>	<i>Likert</i>
<i>Customer Review</i> (X ₃)	<i>Customer review</i> adalah sebuah informasi yang disampaikan oleh konsumen untuk perusahaan, berupa evaluasi setelah konsumen melakukan pembelian (Sugiarti, 2021)	1. Persepsi Kredibilitas Sumber 2. Diagnostik 3. Keahlian 4. Menyenangkan	<i>Likert</i>

Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu alternatif dimana konsumen memilih untuk membeli atau tidak terhadap produk yang ditawarkan (Batubara & Rustam, 2023)	1. Pembelian produk 2. Pembelian merek 3. Pemilihan saluran 4. Menentukan jam pembelian 5. Jumlah pembelian	<i>Likert</i>
-------------------------	---	---	---------------

Sumber : Data Sekunder, 2025

3.8 Metode Analisa Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Tujuan analisa deskriptif penelitian ini ialah mempersiapkan data dengan rinci serta menjelaskan variable bebas diantaranya Kualitas Produk, *Influencer Marketing*, *Customer Reviews* sedangkan variabel terikat adalah Keputusan Pembelian. Rumus dalam uji statistik deskriptif yakni:

sesuai rentang skala bisa diketahui yakni:

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

Rumus 3. 2 Rentang Skala

Ket:

RS : Rentang Skala

N : Total Sampel

m : Variabel bebas ialah faktor yang bisa memberi pengaruh atas perubahan variable dependen alternatif tanggapan

Sesuai rumus sebelumnya, maka rentang skala yang menjadi hitungan ialah:

$$RS = \frac{204(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{(806)}{5}$$

$$RS = 163,2$$

Tabel 3. 4 Klasifikasi rentang Skala

No	Rentang Skala	Kategori
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 : Data Diolah, 2025

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Validitas mengukur sejauh mana suatu variabel benar-benar mencerminkan konsep atau aspek yang sedang diteliti, sesuai dengan penjelasan Wahyuni seperti yang di rujuk (Lahitani & Indah, 2022).

Studi validitas dilaksanakan dengan menerapkan SPSS. Nilai r hitung dan r tabel diperbandingkan dengan ketentuan yakni:

1. Alat ukur valid bila nilai r hitung lebih besar dari r tabel dengan $\alpha=0,05$
2. Alat ukur tidak valid bila nilai r hitung < r tabel, dan $\alpha=0,05$

Rumus korelasi untuk menguji validitas setiap alat ukur adalah 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. 3 Pearson Product Moment

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

x = Skor item kuesioner

y = Total itemkuesioner

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas mengacu terhadap konsistensi penilaian variable pengujian. Kuisisioner dikatakan reliabel bila jawaban tiap pertanyaan bersifat konsisten dan sama (Sugiyono, 2022). Pengujian ini adalah metode yang bisa memperoleh data yang konsisten, bahkan saat data diambil diwaktu yang berbeda. Pada kasus penelitian ini alat ukur menjadi patokan ialah model *cronbach alpha* dengan pernyataan kalkulasi *cronbach's alpha* lebih besar ($>$) 0,60 dapat dianggap reliabel. Namun bila hasil kalkulasi lebih kecil ($<$) 0,60 maka dianggap tidak reliabel.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji bermanfaat guna memahami apakah data residual model regresi berdistribusi normal. Uji F dilaksanakan melalui tiga metode, yakni histogram, P-P plot regresi standar, serta uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Data dianggap terdistribusi normal bila nilai Sig. pada uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih dari 0,05.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji ini dilaksanakan untuk mengetahui tidak terjadi korelai kuat antar variabel bebas dalam model regresi. Multikoliniearitas terjadi ketika 2 ataupun lebih variable bebas mempunyai korelasi yang tinggi, yang dapat menyebabkan distorsi dalam hasil regresi. Untuk mendeteksinya, digunakan nilai VIF. Bila nilai VIF lebih

dari 10, maka ada indikasi multikolinieritas. Kebalikannya, bila VIF kurang dari 10, maka tidak ditemukan gejala multikolinieritas dalam model tersebut.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan guna memahami apakah varian dari residual model regresi bersifat konstan ataupun tidak. Jika varians residual berubah-ubah, maka terjadi gejala heteroskedastisitas yang dapat memengaruhi validitas model. Salah satu metode yang diterapkan guna menguji hal ini ialah uji Glejser, yang mengamati hubungan diantara nilai absolut residual dengan variable bebas. Jika masih ditemukan indikasi heteroskedastisitas, maka dapat dilanjutkan dengan uji Spearman's rho. Dalam pengujiannya, Bila nilai sig.(r) lebih besar dari 0,05, maka keismpulannya tidak terjadi heteroskedatisitas dal model regresi linear tersebut.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi berganda digunakan guna mengukur serta menjelaskan korelasi linier antara 2 ataupun lebih variable bebas terhadap satu variable terikat. Dalam konteks penelitian ini, analisa regresi berganda bertujuan guna memahami sampai manakah pengaruh variabel kualitas produk, *influencer marketing*, dan *customer reviews* terhadap keputusan pembelian. Penetapan model ini juga mencakup identifikasi arah dan bentuk hubungan antar variabel tersebut. Adapun rumus dasar yang digunakan untuk analisa regresi berganda yakni:

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

Rumus 3. 4 Analisis Regresi Berganda

Penjelasan:

Y : Variabel terikat

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X : Variabel bebas

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran seberapa besar variabel independen mampu menerangkan variabel terikat. Nilai ialah diantara 0 sampai 1, makin besar nilainya, makin baik model menerangkan data.

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji T (Parsial)

Uji ini bermanfaat guna memahami pengaruh tiap variabel bebas pada variabel terikat secara parsial. Menurut Sujarweni dalam Ayaumi & Komariah, (2021), uji ini menguji pengaruh signifikan dari tiap variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat.

3.8.5.2 Uji F (Simultan)

Uji f bermanfaat guna menilai apakah semua variabel bebas secara simultan mempengaruhi signifikan pada variabel terikat dalam model regresi. Tujuan utamanya adalah menguji pengaruh bersama dari variabel bebas atas variabel terikat. Uji F dilaksanakan dengan memperbandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada tingkat sig.5%. Ketentuan penelitian pada pemilihan uji simultan yakni:

1. Didapat nilai signifikan saat diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$
2. Tidak didapat nilai signifikan saat diperoleh $F_{hitung} < F_{tabel}$