

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan penelitian menurut Creswell (Sukamolson, 2007) telah memberikan definisi yang sangat ringkas dimana penelitian kuantitatif sebagai jenis penelitian yang menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data numerik yang dianalisis menggunakan metode berbasis matematis khususnya statistik. Definisi lain menurut Leedy et.al (Apuke, 2017) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif melibatkan pengumpulan data sehingga informasi dapat diukur dan mendukung atau membantah klaim pengetahuan alternatif.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (Tri Sutrisno, 2017) “pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mendapatkan data , dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dari penelitian ini adalah wanita pengguna Wardah yang berusia 20- 35 tahun. Responden yang dipilih dalam penelitian ini memiliki kriteria:

1. Wanita berusia 20 -35 tahun
2. Mengetahui tentang kosmetik Wardah
3. Mengikuti *beauty Influencer* di Instagram

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono (2013) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Penentuan *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu salah satu

teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan khusus supaya data dari hasil penelitian yang dilakukan menjadi lebih representative (Sugiyono, 2013).

Menurut Hair et al., (2010) ukuran sample disarankan 5-10 kali indikator. Indikator variabel dalam penelitian ini sebanyak 10. Berdasarkan Hair (2010) 10 indikator dikalikan dengan 10. Maka, sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden yang didapatkan secara *online* melalui *Google Form* yang didasari.

3.3. Jenis data, sumber dan skala pengukuran

3.3.1 Jenis Data

Data primer adalah data yang bersumber dari peneliti melalui upaya dan pengalaman langsung, khususnya memiliki tujuan untuk mengatasi masalah penelitiannya. Pengumpulan data dilakukan melalui berbagai metode seperti survei, observasi, pengujian fisik, kuesioner yang dikirim melalui pos, kuesioner yang diisi dan dikirim oleh enumerator, wawancara pribadi, wawancara melalui telepon, studi kasus, dan sebagainya (S, 2020). Penelitian ini menggunakan data primer dengan kuesioner sebagai bentuk pengumpulan datanya.

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan di masa lalu oleh orang lain tetapi disediakan untuk digunakan orang lain contohnya dokumen, internet, perpustakaan, publikasi lembaga-lembaga statistik, dan sebagainya (Durrotul Ainia, 2020)

3.3.2 Sumber Data dan Skala pengukuran

Sumber data penelitian ini menggunakan kuesioner secara online melalui *Google form* dimana kuisisioner yang digunakan menggunakan skala pengukuran Likert . Skala Likert yang ditemukan dalam artikel Rensis Likert 1932 , umumnya digunakan dalam penelitian survey , terutama dari ilmu sosial, manajemen, pemasaran, pendidikan, pariwisata, kesehatan dan disiplin ilmu lainnya untuk mengukur sikap responden dengan menanyakan sejauh ini apa yang mereka setuju atau tidak setuju dengan menyampaikan pertanyaan atau pernyataan tertentu. Skala tipikal yang sering diterapkan oleh sebagian besar peneliti seperti : sangat setuju,

agak setuju, tidak yakin / ragu-ragu, agak tidak setuju, dan sangat tidak setuju. (Zainudin Awang, 2016)

3.4 Variabel dan definisi operasional

Tabel 3.1, Definisi Operasional

Variabel	Definisi konseptual	Indikator	Definisi Operasional
Kredibilitas	Kredibilitas dapat didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan dan keandalan sumber. (Sokolovaa, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keahlian 2. Kepercayaaan 3. Daya tarik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa <i>beauty influencer</i> pakar dalam mempromosikan kosmetik Wardah 2. Saya merasa <i>beauty influencer</i> dapat dipercaya saat mereview produk Wardah 3. Saya merasa <i>beauty influencer</i> peduli terhadap tanggapan positif pengikutnya terkait produk wardah. 4. Saya merasa bahwa setiap <i>beauty Influencer</i> memiliki daya tarik sendiri
Trustworthiness	<i>Trustworthiness</i> mengacu pada persepsi kejujuran, integritas, dan kepercayaan dari seorang pendukung (Alexander P. Schouten, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejujuran 2. Kredibilitas 3. Kepedulian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa <i>beauty influencer</i> jujur dalam mereview produk kosmetik Wardah 2. Saya mengikuti dan percaya dengan informasi yang dikatakan oleh <i>beauty influencer</i> terhadap produk kosmetik Wardah 3. Saya merasa bahwa setiap <i>beauty Influencer</i> memiliki daya tarik sendiri dalam mereview produk wardah.
Keputusan Pembelian	Proses keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan yang digunakan oleh konsumen mengenai transaksi pasar sebelum, selama, dan setelah pembelian suatu barang atau jasa (Pakpahan, E. S. B,2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan merek, 2. Pilihan saluran Pembeliann 3. Jumlah pembelian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya membeli produk kosmetik Wardah karena menyukai brand Wardah 2. Saya membeli produk kosmetik Wardah karena terdapat kupon diskon online yang diinformasikan oleh <i>beauty influencer</i>.

			3. Saya membeli produk kosmetik Wardah lebih dari satu kali karena <i>beauty influencer</i> memposting promo yang menarik .
--	--	--	---

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang dilakukan secara *online* menggunakan kuesioner melalui *Google form*. Kuesioner akan dibagikan secara random namun sesuai dengan ketentuan sampel sebanyak 100. Kuesioner mencakup pernyataan yang berkaitan dengan kredibilitas, *trustworthiness beauty influencer* serta keputusan pembelian konsumen terhadap produk kosmetik Wardah. Pertanyaan mengenai detail pribadi juga terdapat dalam kuesioner ini.

3.6 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linier. Menurut Sugiyono (Muhamad Syazali, 2019) analisis regresi linier berganda melalui SPSS yang digunakan untuk memprediksi seberapa jauh nilai variabel dependen berubah, jika nilai variabel independen dimanipulasi. Dalam melakukan analisis ini pentingnya uji asumsi klasik. Uji statistik, uji hipotesis.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Prayitno, digunakan untuk mengetahui seberapa valid pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden dengan tujuan mengungkap sesuatu. Teknik yang digunakan untuk mengukur validitas salah satunya yaitu *Product Moment Pearson* yang menggunakan *rtabel* pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi sebagai pengujian signifikansinya dengan syarat Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dan nilai positif maka item dinyatakan valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid (Retno Waluyo, 2018).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menyangkut sejauh mana pengukuran suatu fenomena memberikan hasil yang stabil dan konsisten. Pengujian reliabilitas penting karena mengacu pada konsistensi di seluruh bagian alat ukur. Skala dikatakan memiliki

reliabilitas konsistensi internal yang tinggi jika item-item skala “saling berhubungan” dan mengukur konstruk yang sama. Ukuran konsistensi internal yang paling umum digunakan adalah koefisien Cronbach Alpha. Ini dipandang sebagai ukuran keandalan yang paling tepat saat menggunakan skala Likert. Tidak ada aturan mutlak untuk konsistensi internal, namun sebagian besar setuju pada koefisien konsistensi internal minimum 0,70. (Taherdoost, 2016)

3.6.3 Asumsi klasik

Uji asumsi klasik adalah uji persyaratan untuk beberapa regresi linier yang menggunakan teknik OLS. Uji asumsi klasik tidak diperlukan dalam regresi linear yang digunakan untuk menghitung nilai dalam variabel.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal tidaknya data berdistribusi. Data penelitian yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Distribusi normal artinya data telah menyebar secara merata sehingga dapat merepresentasikan jumlah penduduk. Data yang tidak normal dapat dibedakan dengan tingkat kemiringan. Jika data cenderung condong ke kiri disebut *positive skewness*, jika data cenderung condong ke kanan disebut *negative skewness*, dan data dikatakan normal jika datanya simetris.

Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Tes Kolmogorov-Smirnov adalah metode yang paling banyak digunakan untuk menguji normalitas data. Uji normalitas dapat dilakukan dalam perangkat lunak statistik “SPSS”. Dasar pengambilan keputusan dari uji Kolmogorov-Smirnov adalah jika $P > 0,05$, hipotesis nol diterima dan data disebut berdistribusi normal. Sebaliknya bila nilai $p < 5\%$, maka data tidak berdistribusi normal. Apabila data tidak normal maka dianjurkan melakukan metode penyembuhan yaitu dengan menggunakan outlier. Outlier adalah kasus atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk variabel tunggal maupun variabel kombinasi. (Prabhaker Mishra C. M., 2019)

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya korelasi yang tinggi antar variabel dalam model regresi berganda. Jika terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen, maka hubungan antar variabel dependen tersebut akan terganggu. Dengan demikian, model regresi yang baik seharusnya tidak menjadi korelasi antara variabel independen, atau mungkin saling collinear tetapi tidak berkorelasi tinggi. Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factors (VIF) dan Toleransi.

Dasar pengambilan keputusan: jika $VIF < 10$ dan nilai Toleransi $> 0,10$, maka bukan multikolinieritas. Sebaliknya jika nilai $VIF > 10$ dan nilai Toleransi $< 0,10$ maka terjadi multikolinieritas. Ada juga referensi yang mengatakan bahwa jika $VIF > 5$, maka harus hati-hati

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ada tidaknya model regresi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Rumus regresi diperoleh dengan mengasumsikan variabel perancu (error) memiliki varian residual yang konstan (*range of error* kira-kira sama). Heteroskedastisitas terjadi jika ada varian sisa yang tidak konstan. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *Glejser Test*.

Uji Glejser dilakukan dengan melakukan regresi antara variabel independen dan residual absolut sebagai variabel dependen. Nilai hasil tes dapat dilihat dari nilai signifikan. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

3.6.3.4 Uji Linearitas.

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih memiliki hubungan linier yang signifikan atau tidak. Hasil pengujian tersebut

selanjutnya dapat digunakan untuk membantu pengambilan keputusan dalam menentukan model regresi yang akan digunakan secara tepat.

Pengujian linieritas dapat dilakukan dengan Sig. linearitas dan Sig. penyimpangan dari linieritas pada Tabel ANOVA. Nilai Sig. Linearitas menunjukkan sejauh mana nilai variabel independen hanya dalam satu garis lurus. Jika nilai Sig. linieritas < 0.05 maka regresi linier tidak dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel yang ada. Sedangkan nilai Sig. deviasi dari linearitas menunjukkan data apa yang digunakan sebagai linier. Jika nilai Sig. deviasi dari linieritas > 0.05 , maka regresi linier dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel yang ada (Nur Ainiyah, 2016).

3.6.4. Uji t

Uji t adalah teknik statistik yang mengidentifikasi pengaruh satu-persatu variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t memiliki tujuan yaitu melihat signifikansi dimana jika nilai signifikan < 0.5 maka dinyatakan signifikan dan sebaliknya jika nilai signifikan > 0.5 maka dinyatakan tidak signifikan. (Priyastama, 2017)

3.6.5. Uji F

Menurut Ghozali, Model goodness of fit dapat diukur dari nilai statistik F yang menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F kelayakan model memiliki kriteria sebagai berikut : apabila P Value $< 0,05$ menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian dan sebaliknya jika P Value $> 0,05$ menunjukkan bahwa uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian (Astuti, 2017)

3.6.6. Uji R

Nilai R-Squared atau R^2 biasanya dilaporkan saat melakukan regresi linier berganda. R^2 mengukur proporsi varians dari variabel dependen yang dapat dipertanggungjawabkan oleh model regresi dalam sampel, yang biasanya disingkat sebagai proporsi varians yang dijelaskan. Nilai R^2 secara sistematis melebih-lebihkan jumlah varian yang dijelaskan dalam populasi, yang bisa dibilang kuantitas yang lebih relevan. Untuk memperkirakan jumlah varians yang dijelaskan dalam populasi, yang disebut adjusted R^2 biasanya digunakan (Karch, 2020)

