

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Metode kuantitatif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Bungin (2013) mendefinisikan pengertian kuantitatif sebagai jenis penelitian dimana fakta-fakta mengenai gejala-gejala yang telah ada dikumpulkan melalui survei untuk memberikan data berupa angka-angka. Sekolah Menengah Atas Katolik Stella Maris Surabaya yang beralamat di Jalan Indrapura No. 32, Kelurahan Krembangan Sel, Kecamatan Krembangan, Kota Surabaya, Jawa Timur menjadi lokasi penelitian.

Penelitian ini menarik kesimpulan yang dapat ditransfer ke konteks yang berbeda, menggunakan inferensi statistik dan metode kuantitatif, dengan penekanan pada pengujian hipotesis.

#### **3.2. Sampel dan Populasi**

##### **1. Populasi**

Sugiyono (2013) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas gejala-gejala barang atau orang yang mempunyai atribut dan

sifat tertentu yang diidentifikasi oleh penelitian untuk ditelaah dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah siswi SMA Katolik Stella Maris Surabaya yang melakukan pembelian produk Scarlett Whitening secara *online*.

## **2. Sampel**

Populasi mencakup sampel (Sugiyono, 2013). Karena minimnya waktu dan tenaga, menjadi hambatan untuk mempelajari seluruh populasi dalam penelitian, maka digunakanlah sampel untuk membantu proses tersebut. Purposive sampling, atau pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, merupakan pendekatan sampel non-probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini. Karakteristik tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Perempuan.
2. Memiliki aplikasi untuk Instagram.
3. Pernah melakukan pembelian produk Scarlett Whitening melalui internet?
4. Remaja yang duduk di bangku sekolah menengah atas

Teori yang dipaparkan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2010) menjadi dasar dalam menentukan jumlah sampel. Pedoman berikut ini dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel:

Setiap penelitian sebaiknya menggunakan ukuran sampel minimal tiga puluh dan maksimal lima ratus.

Jika sampel dibagi menjadi sampel yang lebih kecil, setiap kategori harus memiliki minimal tiga puluh.

Ketika melakukan penelitian multivariat, ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar dari jumlah variabel (misalnya, sepuluh kali ukuran sampel).

Ukuran sampel 10-20 sesuai untuk penelitian eksperimental yang terkontrol dengan baik.

Dengan menggunakan berbagai elemen penelitian, Roscoe dalam Sugiono (2012) menawarkan panduan untuk penelitian ini; ukuran sampel minimal sepuluh kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jumlah anggota sampel yang dikumpulkan minimal  $10 \times 3 = 30$  responden, seperti yang dapat diamati dari tiga variabel penelitian (2 variabel independen dan 1 variabel dependen). Peneliti memilih 100 responden sebagai sampel untuk penelitian ini.

### 3.3. Identifikasi Variabel

Variabel-variabel berikut ini digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi hipotesis:

1. Variabel bebas (Independent Variable), dilambangkan dengan (X), yaitu variabel yang memiliki dampak terhadap variabel terikat tetapi tidak rentan terhadap pengaruh faktor lain. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari:

- 1) Selebgram (X1) Sikap Konsumen (X2)

- 2) Selebgram (X1) dan sikap konsumen (X2) merupakan dua variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini.

2. Variabel Terikat (Dependent Variable): Menunjukkan variabel yang dipengaruhi oleh faktor lain; diwakili oleh huruf (Y). Minat Beli adalah variabel dependen dalam hal ini. Minat Beli (Y) adalah variabel terikat dalam hal ini.

### 3.4. Definisi Operasional

Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, faktor-faktor berikut dari hipotesis yang diajukan akan diperiksa untuk mengkarakterisasi penelitian ini:

## **1. Endorser yang terkenal (X1)**

Seorang *Celebrity Endorser* adalah orang yang menggunakan produk Scarlett Whitening sebagai figur yang menarik atau terkenal dalam iklan untuk meningkatkan persepsi merek di kalangan konsumen.

Berikut ini adalah tanda-tanda dari selebgram endorser:

1. Dapat Dipercaya (Dapat Diandalkan)
2. Kecakapan (Proficiency)
3. Daya Tarik Fisik (Physical Attractiveness): Daya Tarik
4. Penghormatan (Nilai Tambah)
5. Keandalan (Kemiripan dengan Audiens Target)

## **2. Sikap Konsumen (X2)**

Sikap konsumen adalah penilaian terhadap benda, orang, atau kejadian dalam kaitannya dengan pembelian produk Scarlett.

Berikut ini adalah beberapa ukuran dari sikap konsumen:

1. Kesesuaian produk dengan harapan
2. Kekaguman terhadap desain produk
3. Perasaan terhadap warna produk

### 3. Minat beli (Y)

Minat beli merupakan motivasi sebagai dorongan dari dalam diri individu untuk melakukan suatu kegiatan. Kegiatan yang dilakukan yaitu membeli suatu produk *Scarlett Whitening*.

Berikut ini adalah indikator minat beli:

- 1) Keinginan untuk mempelajari detail tambahan tentang produk
- 2) Berpikir untuk membeli Ingin mengetahui produk tersebut
- 3) Kecenderungan untuk menguji produk tersebut
- 4) Ingin membeli produk

Dengan menggunakan pendekatan skala Likert, yang memenuhi persyaratan sebagai berikut, variabel-variabel berikut ini diukur: Minat Beli (Y), Sikap Konsumen (X2), dan variabel Selebgram (X1)

Memilih sangat setuju (5 poin)

Memilih jawaban setuju = 4 sebagai respon

Memilih jawaban kurang setuju = 3.

Memilih jawaban tidak setuju = 2

Memilih jawaban sangat tidak setuju = 1.

### 3.5. Jenis dan Sumber Data

1. Sumber data primer dikumpulkan secara langsung dari konsumen yang telah menggunakan dan membeli produk Scarlett Whitening secara *online*. Beberapa konsumen yang akan ditetapkan sebagai sampel dan diberikan kuesioner.

- a. Informasi Asli

Data primer didefinisikan oleh Sugiyono (2015) sebagai sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Siswi di SMA Katolik Stella Maris Surabaya diberikan kuesioner untuk diisi dalam rangka mengumpulkan data primer untuk penelitian ini. Kuesioner yang disebarkan terdiri dari serangkaian pertanyaan terstruktur tentang produk Scarlett Whitening yang tersedia secara *online*, harganya, dan kualitas barang.

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari tinjauan literatur untuk menghasilkan data tertulis-makalah dan buku-buku ilmiah-yang mendukung penelitian. Informasi yang diperoleh berupa temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan subjek penelitian.

Sugiyono (2015) mendefinisikan Jenis sumber data yang disebut data sekunder berasal dari sumber selain orang atau dokumen yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder penelitian dikumpulkan dari berbagai sumber literatur. Buku, jurnal, makalah yang diunduh dari internet, dan materi lainnya dapat dianggap sebagai sumber data sekunder.

## 2. Jenis Data

### a. Informasi Kuantitatif

Secara khusus, data numerik digunakan sebagai dasar untuk perhitungan matematis dan statistik untuk menilai masalah. Hasil distribusi kuesioner yang ditabulasikan adalah tempat data ini ditemukan. Sebagai alternatif, data kuantitatif adalah informasi yang diwakili oleh angka nominal yang diperoleh dari tanggapan responden dan diperiksa (diberi skor).

### b. Informasi Kualitatif

Ketika mengumpulkan data kualitatif, informasi yang didasarkan pada penalaran logis teoritis yang mendukung ketelitian penelitian diperoleh dalam bentuk dokumen atau pertanyaan. Misalnya, data sejarah perusahaan.



Atau, data deskriptif dalam bentuk justifikasi untuk topik penelitian dikenal sebagai data kualitatif. Dan memberikan deskripsi verbal tentang ide di balik objek penelitian.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik-teknik berikut ini digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini:

#### **1. Survei Kuesioner**

Kuesioner (angket) yang diberikan kepada pelanggan, yang jumlah sampelnya ditentukan oleh peneliti, adalah instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai investigasi responden terhadap faktor-faktor penelitian.

#### **2. Percakapan**

Pelanggan di SMA Katolik Stella Maris Surabaya secara langsung untuk mendapatkan data atau sumber informasi.

Kuesioner digunakan sebagai bagian dari proses pengumpulan data. Kuesioner adalah metode untuk mengumpulkan data dimana partisipan diberikan daftar pertanyaan tertulis untuk diisi (Sugiyono, 2013). Selanjutnya, informasi tersebut dapat ditangani, dicatat, diperiksa, dan disimpulkan.

### **3.7. Metode Analisis**

Analisis kuantitatif adalah metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Pengertian kuantitatif, menurut Bungin (2013), adalah jenis penelitian yang datanya dikumpulkan dalam bentuk angka-angka melalui penggunaan survei untuk mendapatkan keterangan-keterangan faktual dari masyarakat mengenai gejala-gejala yang ada dan mengadakan penyelidikan secara faktual terhadap gejala-gejala tersebut.

Program statistik untuk ilmu sosial, atau SPSS, versi 16.0 untuk Windows, digunakan oleh para peneliti dalam penelitian ini. Menguji alat pengukuran penelitian sangat penting sebelum melanjutkan ke uji statistik. Jika alat pengumpul data tidak valid dan reliabel, maka pengujian hipotesis tidak akan memberikan hasil yang akurat. Oleh karena itu, uji validitas dan reliabilitas berikut ini harus dilakukan:

#### **1. Pemeriksaan Validitas**

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen digunakan untuk mengukur (suatu pengertian tertentu) yang harus diukur (Sekaran dalam Kristiningsih dkk, 2012). Konsistensi internal, yaitu pendekatan korelasi Pearson product moment, dapat digunakan untuk menilai validitas. Sebuah

item pertanyaan dianggap valid dan memiliki validitas konstruk jika korelasi antara item tersebut dengan keseluruhan skor menunjukkan hasil yang signifikan (signifikan  $< 0,05$  dan korelasi  $> 0,04$ ) (Singarimbun, Dala Asiah, Djamilah, Kristiningsih, 2012).

Sejauh mana informasi dalam kuesioner dapat mengukur tujuan dinyatakan sebagai validitas. Standar evaluasi untuk uji validitas:

- Jika  $T_{tabel} > T_{hitung}$ , maka
- Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$ : tidak ada

Sugiyono (2010) mendefinisikan instrumen yang valid adalah instrumen yang menunjukkan kesahihan alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data atau kesesuaian alat tersebut untuk mengukur hal yang seharusnya. Dengan demikian, instrumen yang valid adalah instrumen yang dapat dipercaya dan benar-benar tepat untuk mengukur hal-hal yang perlu diukur.

Dengan membandingkan indeks korelasi pearson product moment dengan taraf signifikan 5% sebagai nilai penting, maka dapat diketahui validitas suatu item instrumen. Data dipersiapkan untuk pemrosesan tambahan jika ada 100 istilah dalam penelitian ini yang 100% sah. Selanjutnya, dengan

menggunakan standar berikut, perbandingan antara  $T_{hitung}$  dan  $T_{tabel}$  dapat dilakukan:

- $T_{hitung} > T_{tabel}$ : dapat diterapkan
- $T_{hitung} \sim T_{tabel}$ : tidak ditemukan

## **2. Penilaian Reliabilitas**

Sekaran (1992) mendefinisikan reliabilitas sebagai kapasitas instrumen untuk menunjukkan konsistensi dan stabilitas ketika mengukur ide. Koefisien Cronbach alpha ( $\alpha$ ), yang mengindikasikan seberapa baik item pertanyaan memiliki hubungan positif dengan pertanyaan lainnya, dapat digunakan untuk menentukan reliabilitas. Selain itu, pengukuran ini mengindikasikan apakah responden secara teratur dan mantap menjawab variabel atau item-item yang membentuk satu konstruk. Instrumen dianggap layak jika koefisien cronbach alpha sebesar 0,6 atau lebih tinggi (Sekaran, 1992 dalam Kristiningsih et al., 2012). Lebih lanjut, sesuai dengan Hair (1995 dalam Kristiningsih et al., 2012), item pertanyaan dapat digunakan untuk pengolahan data tambahan jika korelasi total item yang disesuaikan minimal 0,3. Sejumlah pertanyaan perlu dieliminasi jika Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) tidak sesuai dengan kriteria.

Ketika sesuatu diukur berkali-kali, reliabilitas menunjukkan apakah instrumen tersebut secara konsisten memberikan hasil pengukuran yang sama. Salah satu cara untuk menentukan tingkat reliabilitas suatu set data adalah dengan menerapkan perhitungan Cronbach alpha. Jika nilai cronbach alpha dari sebuah kuesioner lebih dari 0,6, maka kuesioner tersebut dianggap reliabel.

Selain sah, peralatan penelitian harus dapat diandalkan. Sugiyono (2014) menegaskan bahwa temuan penelitian dapat dipercaya ketika data yang dapat diperbandingkan hadir di berbagai titik waktu. Dengan menggunakan SPSS v.16.0, reliabilitas dihitung dalam penelitian ini. Jika perhitungan validitas lebih dari nilai kritis pada tingkat signifikan 0,05 ( $\alpha$  - 5%) dan menggunakan uji cronbach alpha lebih besar dari 0,60, maka instrumen tersebut dianggap reliabel.

#### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh selebriti (X1), sikap konsumen (X2), dan niat beli (Y) produk pemutih Scarlett secara *online* merupakan variabel independen dan dependen dalam penelitian ini. Penulis menggunakan analisis statistik regresi linier berganda dengan SPSS For Windows versi 16.0 untuk memastikan hubungan antara variabel-variabel tersebut.

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

Adapun rumusan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Keterangan:

Y = Minat Beli

X1 = Selebgram

X2 = Sikap Konsumen

a = Konstanta

e = Tingkat Kesalahan

B<sub>1</sub> = Koefisien X1

B<sub>2</sub> = Koefisien X2

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Koefisien Determinan

Sesuai pernyataan Ghozali (2013), koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur sejauh mana model dapat menerangkan variasi variabel dependen. Antara nol dan satu adalah rentang nilai koefisien determinasi. Nilai R<sup>2</sup> yang rendah mengindikasikan Varians yang diamati

pada variabel dependen hanya dapat dijelaskan sebagian oleh faktor independen. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen menjelaskan hampir seluruh variasi variabel dependen. Dalam hal koefisien determinasi, data time series seringkali memiliki nilai yang tinggi, sedangkan data cross-sectional biasanya memiliki nilai yang rendah karena adanya perubahan yang signifikan antar setiap observasi.

Bias terhadap jumlah variabel independen dalam model adalah kelemahan utama dalam penggunaan koefisien determinasi. Terlepas dari apakah sebuah variabel independen memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen,  $R^2$  harus naik untuk setiap variabel independen yang berurutan. Oleh karena itu, banyak akademisi yang menyarankan untuk menggunakan nilai adjusted  $R^2$  untuk menentukan model regresi mana yang optimal. Berbeda dengan  $R^2$ , nilai adjusted  $R^2$  dapat berubah ketika ada penambahan satu variabel independen ke dalam model.

#### **b. Uji Simultan (Uji F)**

Pada intinya, uji statistik f menunjukkan apakah setiap variabel independen atau masing-masing variabel independen dalam model

mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai signifikan (sig) menunjukkan hasil analisis uji parsial (uji f). Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika hasil regresi memiliki tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal ini juga terlihat dari membandingkan nilai  $f_{hitung}$  dengan nilai  $f_{tabel}$ , jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka variabel independen berpengaruh signifikan/positif terhadap variabel dependen.

### **c. Uji Parsial (Uji T)**

Variabel independen persamaan regresi linier berganda terhadap variabel dependen secara parsial diketahui dengan menggunakan uji t. Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya koefisien regresi yang dihasilkan, maka dilakukan juga uji t. Tingkat kepercayaan 95% atau signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 digunakan untuk pengujian. Nilai signifikan (sig) menunjukkan hasil analisis uji parsial (uji t). Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika hasil regresi signifikan pada tingkat yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini juga terlihat ketika membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$



maka variabel independen berpengaruh signifikan/positif terhadap variabel dependen.