

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu field research atau bisa disebut juga dengan penelitian lapangan. Dikatakan *field research* karena saat melakukan penelitian ini penulis terlibat langsung dilapangan. Field research merupakan melaksanakan penelitian secara langsung di lapangan dengan mendatangi responden untuk mencari sebuah informasi atau mendapatkan data.¹

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono adalah metode yang digunakan untuk melakukan penelitian pada populasi atau sampel tertentu dan metode kuantitatif ini mengacu pada filsafat positivisme. Data yang digunakan didalam metode kuantitatif adalah data yang berupa angka dan analisisnya dengan memakai statistik. Metode kuantitatif juga dikenal karena metode ini menekankan pada prinsip-prinsip objektivitas, jadi pengukurannya dilakukan secara objektif.² Sedangkan metode survei sendiri merupakan sebuah metode yang pada saat pengumpulan datanya menggunakan kuesioner sebagai instrument utama. Metode survei ini merupakan metode yang sederhana dan pengumpulannya dapat dilakukan secara cepat, sehingga sering digunakan mahasiswa didalam melakukan penelitiannya. Dalam penelitian ini, survei dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada konsumen Bybdka di Jepara.

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan didalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang diambil peneliti secara langsung di lapangan dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Sumber data primer didapatkan peneliti dengan menyebarkan kuesioner pada konsumen Bybdka di Jepara. Sedangkan sumber data sekunder adalah data yang bisa didapatkan melalui perantara ataupun dalam bentuk dokumen. Dalam penelitian ini data sekunder didapat dengan

¹ Masrukhin, Metodologi Penelitian Kuantitatif, (Kudus: Media Ilmu Pers, 2009), 43.

² Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 17-20.

memanfaatkan bukti referensi teori pendukung dan hasil penelitian terdahulu.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah umum yang digunakan peneliti untuk dapat dipelajari dan dijadikan kesimpulan yang mana terdiri dari obyek maupun subyek yang memiliki karakteristik tertentu.³ Hal ini berdasarkan kelompok yang akan ditelusuri oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bybdka di Jepara yang mana jumlahnya tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang nantinya akan diteliti.⁴ Menurut Cooper dan Emory dalam Dewi dkk., apabila dalam sebuah populasi banyaknya sampel belum diketahui secara pasti maka sampel dapat ditetapkan langsung sebanyak 100 orang.⁵ Hal ini juga berlaku untuk sampel dalam penelitian ini, sehingga dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen Bybdka di Jepara.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel berupa Non probability sampling yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama untuk tiap bagian dari populasi yang ditentukan menjadi sampel. Peneliti juga menggunakan purposive sampling yang merupakan bagian dari non probability sampling, yang mana purposive sampling memiliki arti penentuan sampel yang berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan.⁶

Pada penelitian ini penentuan responden untuk menjadi bagian dari sampel dipilih dari orang-orang terdekat yang sebelumnya disesuaikan terlebih dahulu dengan kriteria sampel dan selain itu juga diambil dari konsumen Bybdka di Jepara,

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 80.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 81.

⁵ Dewi A, dkk., “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Marlboro (Studi Kasus pada Perempuan Perokok di Kecamatan Tembalang Semarang).” *Journal of Social and Political of Science*, (2015).

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 84.

peneliti kemudian menyebarkan kuesioner untuk dapat diisi oleh responden. Adapun kriteria sampel yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

- a) Berusia 17 - 32 tahun.
- b) Membeli dan menggunakan produk Bybdka dalam 6 bulan terakhir.
- c) Bertempat tinggal tetap ataupun sementara di Jepara
- d) Menggunakan e-WOM untuk dijadikan acuan dalam keputusan pembelian.

D. Identifikasi Variabel

1. Variabel Independen

Variabel independen yaitu variabel yang melatarbelakangi munculnya variabel dependen.⁷ Variabel independen pada penelitian ini adalah kredibilitas *beauty influencer* (X1) dan *Electronic Word of Mouth* (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen yaitu variabel yang melatarbelakangi munculnya variabel independen.⁸ Variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

E. Variabel Operasional

Variabel operasional diperlukan untuk penjabaran konsep dengan membedakan antara teori dan analisis didalam sebuah penelitian. Variabel pada penelitian ini yaitu Kredibilitas *beauty influencer* (X1) dan *electronic word of mouth* (X2) serta keputusan pembelian (Y). variabel operasional dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Variabel Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kredibilitas <i>beauty Influencer</i>	Gambaran seberapa jauh para <i>followers beauty</i>	a. <i>Beauty influencer</i> objektif dalam presentasinya b. <i>Beauty influencer</i> tidak berusaha untuk	Likert

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2015), 39.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2015), 39.

	<p>influencer dan masyarakat umum bisa memahami konten-konten yang dibuat oleh <i>beauty influencer</i> didalam melakukan <i>review</i> suatu produk di media sosial dengan penyampaian yang penuh dengan kejujuran.</p>	<p>memanipulasi penonton</p> <ul style="list-style-type: none"> c. Beauty influencer dapat meyakinkan audiens bahwa suatu produk dapat mengatasi masalah kulit tertentu d. Beauty influencer memiliki pengetahuan luas sehingga disebut orang yang ahli dalam bidangnya e. Beauty influencer memiliki pengalaman yang relevan sehingga disebut orang yang ahli dalam bidangnya f. Beauty influencer memiliki keterampilan sehingga disebut orang yang ahli dalam bidangnya 	
<p>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</p>	<p>Suatu media komunikasi yang terjadi antara seseorang yang belum pernah bertemu dan tidak saling mengenal sebelumnya mengenai suatu produk ataupun jasa yang telah dipakai.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Intensitas <ul style="list-style-type: none"> a. Frekuensi mengakses informasi di media sosial b. Frekuensi dengan pengguna media sosial c. banyaknya ulasan yang ditulis pengguna media sosial 2. Jenis pendapat <ul style="list-style-type: none"> a. Komentar positif dari pengguna media sosial b. Rekomendasi dari pengguna media sosial 3. Isi <ul style="list-style-type: none"> a. Informasi tentang jenis skincare 	<p>Likert</p>

		b. Informasi tentang mutu skincare c. Informasi tentang harga jual skincare	
Keputusan Pembelian	Suatu proses pengambilan keputusan yang dipakai oleh pembeli sebelum, selama, atau bahkan setelah proses pembelian suatu produk mengenai transaksi pasar.	a. Kecepatan didalam memutuskan pembelian b. Melakukan pembelian atas keinginan sendiri c. Membeli karena keunggulan yang dimiliki produk d. Keyakinan bahwa produk dapat memenuhi kebutuhan	Likert

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan didalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode survei dengan alat pengumpul data kuesioner. metode survei merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer yang dibutuhkan dalam penelitian dengan menjalin komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Menurut Sugiyono kuesioner merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan kepada responden untuk kemudian dijawab oleh responden tersebut dan pertanyaan tersebut disajikan secara tertulis.⁹ Pada penelitian ini dilakukan pengukuran dengan menggunakan skala likert. skala likert yaitu sebuah skala yang digunakan untuk menilai sikap atau perilaku, opini atau pendapat dan juga kesan ataupun anggapan orang mengenai keadaan sosial.¹⁰ Apabila telah dilakukan penyebaran kuesioner dan mendapatkan jawaban dari responden, maka nantinya jawaban responden tersebut akan diberikan skor atau nilai. Didalam kuesioner pernyataan yang

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2015), 142.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2015), 93.

telah dibuat mempunyai lima jawaban yang mana masing-masing jawab mempunyai skor tersendiri, dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3.2

Skor Jawaban Metode Likert

Keterangan	Skor
1. Sangat setuju	5
2. Setuju	4
3. Ragu-ragu	3
4. Tidak setuju	2
5. Sangat tidak setuju	1

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan setelah mendapatkan data dari responden.¹¹ Untuk dapat menyajikan data yang baik, maka diperlukan pengolahan data supaya dapat dijadikan acuan dalam menetapkan sebuah keputusan. Proses pengolahan datanya yaitu:

1. Uji Instrumen

Penelitian ini menggunakan teknik uji instrumen berupa:

a. Uji Validitas

Untuk mendapatkan penelitian yang valid, maka diperlukan adanya proses pengujian validitas yang berfungsi untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah angket atau kuesioner. Sebuah kuesioner dapat dikatakan valid apabila kuesioner tersebut berisi pertanyaan yang dapat menjawab data yang dibutuhkan didalam suatu penelitian.¹² Sedangkan menurut Ghozali, kuesioner dapat dikatakan sah apabila r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel), begitupun sebaliknya apabila r hitung lebih kecil daripada r tabel (r hitung $<$ r tabel) maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak sah.

b. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono, uji reabilitas merupakan sebuah pengujian untuk mengukur kuesioner yang mana kuesioner tersebut menjadi indikator salam suatu variabel.¹³ Kuesioner

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 147.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 121.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 122.

dapat dikatakan reliabel apabila semua pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner dapat dijawab oleh responden dengan konsisten di setiap waktu. Pengukuran reabilitas ini dapat menggunakan SPSS dengan perhitungan koefisien reabilitas dan memakai formulasi “*Cronbanch Alpha*”. Apabila *Cronbanch Alpha* menunjukkan angka lebih besar dari 0,60 maka sebuah variabel dapat dinyatakan realibel.¹⁴

2. Uji Pra Syarat

Uji pra syarat dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hasil yang didapatkan, apakah baik atau tidak. Apabila uji pra syarat yang dilakukan menghasilkan hasil yang baik berarti bahwa pengujian selanjutnya yakni analisis regresi berganda dapat dilakukan. Uji pra syarat dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji statistik non-parametrik Kolmogorov Smirnov. Dengan taraf signifikansi 0,05%, ketentuan pengujian dikatakan normal apabila nilai signifikansi yang didapatkan dari uji normalitas lebih besar dari taraf signifikansi 0,05.¹⁵ Uji normalitas ini dilakukan untuk dapat mengetahui pada model regresi, nilai residual berdistribusi normal atau tidak.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan diantara variabel bebas pada model regresi yang digunakan pada penelitian. Uji multikolinearitas ini dapat dikatakan lolos apabila nilai toleransinya $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .¹⁶ Hal ini dapat diketahui dengan merujuk pada nilai VIF dan *tolerance* pada tabel olah data. Variabel bebas harus membentuk ortogonal sehingga dapat memenuhi uji multikolinearitas ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kemiripan *variance* dari residual yang terjadi

¹⁴ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, Universitas Diponegoro Semarang, 2011, 45.

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 160.

¹⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 105-106.

pada pengamatan satu ke pengamatan yang lainnya. Homoskedastisitas merupakan suatu keadaan dimana nilai *variance* pada suatu penelitian adalah tetap, begitu juga kebalikannya apabila diketahui nilai *variance* berbeda disebut dengan heteroskedastisitas.¹⁷ Pada suatu penelitian model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi adanya heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas ini menggunakan uji glejser dengan bantuan SPSS 29. Syarat untuk bebas dari heteroskedastisitas adalah nilai sig > 0,05.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono, analisis regresi berganda dapat digunakan apabila terdapat dua ataupun lebih variabel bebas.¹⁸ Analisis ini digunakan untuk dapat mengetahui naik atau turunnya variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Pada penelitian ini analisis regresi berganda diterapkan pada hipotesis ke-tiga, yaitu “terdapat pengaruh kredibilitas *beauty influencer* dan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) terhadap keputusan pembelian”. Formulasi yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen

a : Konstanta persamaan regresi

b : Koefisien regresi

X : Variabel independen

b. Uji T-test

Menurut Ghozali uji t merupakan pengujian yang dilakukan secara individual untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas atau variabel X dengan variabel terikat atau variabel Y. Pada penelitian ini uji t diterapkan pada hipotesis satu dan hipotesis dua. Uji t dilaksanakan dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ (5%).¹⁹ Hipotesis bisa dikatakan diterima ataupun ditolak apabila:

¹⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 305.

¹⁹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, Universitas Diponegoro, (2016), 97.

- 1) H_0 ditolak apabila t hitungnya $>$ t tabelnya, artinya terdapat pengaruh antara variabel kredibilitas beauty influencer (X_1) dan electronic word of mouth (X_2) pada keputusan pembelian (Y).
- 2) H_0 diterima apabila t hitungnya $<$ t tabelnya, artinya tidak ada pengaruh antara variabel kredibilitas beauty influencer (X_1) dan electronic word of mouth (X_2) pada keputusan pembelian (Y).

c. Uji F-test

Menurut Ghozali, uji f merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh secara bersama antara variabel bebas atau variabel X dengan variabel terikat atau variabel Y . Uji f dilakukan dengan cara membandingkan f hitung dengan f tabel, dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ (5%).²⁰ Hipotesis bisa dikatakan diterima ataupun ditolak apabila:

- 1) H_0 ditolak apabila f hitungnya $>$ f tabelnya, artinya variabel bebas (X) secara bersamaan mempengaruhi variabel terikat (Y).
- 2) H_0 diterima apabila f hitungnya \leq f tabelnya, artinya variabel bebas secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel terikat (Y).

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi atau biasa disebut dengan R^2 digunakan didalam penelitian untuk dapat mengetahui seberapa besar kesanggupan model untuk memerikan keterangan tentang variabel Y atau variabel terikat. Koefisien determinasi memiliki nilai (0) dan (1). Menurut Ghozali, apabila nilai dari R^2 kecil itu menunjukkan penjelasan yang diberikan oleh variabel X atau variabel bebas mengenai variabel Y atau variabel terikat sangat sedikit. Begitupun sebaliknya apabila diketahui nilai R^2 yang angkanya hamper menyentuh angka 1, maka hal ini berarti bahwa variabel X atau variabel bebas memberikan banyak sekali penjelasan mengenai variabel Y atau variabel terikat.²¹ Formulasi perhitungannya adalah sebagai berikut:

²⁰ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, Universitas Diponegoro, (2016), 96.

²¹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, Universitas Diponegoro, (2016), 95.

$$\mathbf{KD = (r)^2X}$$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

r^2 : Determinasi

