

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data berupa angka yang diproses menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistik (sugiyono, 2014). Pada penelitian ini. Data kuantitatifnya yakni berupa skor atau nilai berdasarkan jawaban-jawaban dari responden terkait pertanyaan yang tersedia dalam kuesioner atau angket yang disebarkan.

3.1.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung atau dapat dikatakan sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (dalam hal ini yaitu peneliti). Dalam penelitian ini, data tersebut didapatkan melalui : penyebaran angket atau kuesioner kepada anggota sampel atau responden yang telah ditentukan sebelumnya, terkait jumlah dan cara penyebarannya, serta identitas (siapa) respondennya

(Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini saya menyebar kuesioner kepada konsumen Emina Kosmetik.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh tidak berhubungan langsung memberikan data kepada pengumpul data, menurut Sugiyono (2018). Data sekunder yang dimaksud dalam penelitian adalah data yang bersumber dari jurnal atau artikel online yang dapat diambil dari internet serta buku yang menjadi pedoman dalam penelitian ini.

3.2 Lokasi Penelitian Dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Untuk penentuan lokasi penelitian. Rencana Penelitian ini akan dilakukan pada *dealer* produk Emina Kosmetik di wilayah Kota Medan.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Medan, yang dimana responden dari penelitian ini adalah konsumen daerah Medan yang melakukan pembelian produk Emina kosmetik. Peneliti ingin melihat seberapa besar pengaruh harga, kualitas produk dan *celebrity endorser* yang dimana nantinya yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk emina di wilayah Kota Medan.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan (tahun 2023)					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli-	September-

Penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dan jumlah responden ditentukan dengan menggunakan *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang pernah membeli produk kosmetik emina bersedia memberi informasinya melalui kuisisioner yang telah disediakan.

Dalam menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow (Snedecor dan Chocran, 2015:2017) dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui.

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

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0.25}{0.01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0.01}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Skor z kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* 10%

Berdasarkan rumus di atas, jumlah n yang diperoleh adalah 96,04. Sehingga setidaknya penelitian ini harus mengumpulkan data dari sampel

sekurang - kurangnya sebanyak 97 responden. Oleh karena itu, peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 100 responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel dan Aspek Pengukuran Variabel

3.4.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional digunakan untuk mengidentifikasi variabel secara spesifik. Menurut Sugiyono (2019) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen, menurut Sugiyono (2019). Variabel bebas yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah *Brand Ambassador* (X_1), *Brand Image* (X_2), Harga (X_3), Promosi (X_4). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, menurut Sugiyono (2019). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minat Beli (Y).

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Variabel	Skala ukur
-----------------	-----------------------------	---------------------------	-------------------

Minat Beli (Y)	Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Pramono, 2012:136).	Adapun menurut Rizky NST (2014) Ada beberapa indikator untuk mengukur minat beli, yaitu sebagai berikut: 1. <i>Attention</i> , (Perhatian) 2. <i>Interest</i> , (Ketertarikan) 3. <i>Desire</i> , (Keinginan) 4. <i>Action</i> , (Tindakan)	Skala likert
Harga (X1)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa (Kotler, 2010)	Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 78), terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu: 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Skala likert

Kualitas Produk (X2)	Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan	Terdapat beberapa tolak ukur kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2015:8), terdiri dari 3 Indikator, yaitu : 1. Kinerja (<i>Perfomance</i>). 2. Daya tahan (<i>Durabillity</i>) 3. Kehandalan (<i>Reliabilility</i>)	Skala likert
<i>Celebrity Endorser</i> (X3)	Shimp (2003) mendefinisikan celebrity endorser adalah seorang pribadi baik itu aktor, artis maupun atlit yang dikenal masyarakat dan menjadi pujaan, karena prestasinya di suatu bidang dan digunakan dalam menyampaikan pesan iklan yang dimaksudkan untuk menarik perhatian sehingga mempengaruhi konsumen sasaran.	Terdapat beberapa tolak ukur celebrity endorser menurut Royan (2004), terdiri dari 3 Indikator, yaitu: 1. Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>) 2. Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>) 3. Keahlian (<i>Expertise</i>)	Skala likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain :

3.5.1 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk menemukan masalah yang harus diteliti maupun hal-hal yang ingin diketahui dari responden Sugiyono,(2016:317). Melalui wawancara inilah peneliti menggali data, informasi dan kerangka keterangan dari subjek penelitian. Ciri utama wawancara adalah kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi dan sumber informasi.

3.5.2 Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Menurut Yusuf (2013:384) kunci keberhasilan dari observasi sebagai teknik dalam pengumpulan data sangat banyak ditentukan oleh peneliti itu sendiri, karena peneliti melihat dan mendengarkan objek penelitian dan kemudian peneliti menyimpulkan dari apa yang diamati.

3.5.3 Kuesioner (Angket)

Menurut Yusuf (2013:384) kunci keberhasilan dari observasi sebagai teknik dalam pengumpulan data sangat banyak ditentukan oleh peneliti itu sendiri, karena peneliti melihat dan mendengarkan objek penelitian dan kemudian peneliti menyimpulkan dari apa yang diamati.

Tipe pertanyaan dalam angket dibagi menjadi dua, yaitu: terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang mengharapkan responden untuk menuliskan jawabannya berbentuk uraian tentang sesuatu hal. Sebaliknya pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap

pertanyaan yang telah tersedia. Setiap pertanyaan angket yang mengharapkan jawaban berbentuk data nominal, ordinal, interval, dan ratio, adalah bentuk pertanyaan tertutup Sugiyono (2017:143).

Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner atau angket tertutup, karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap tepat.

Tabel 3.3
Bobot Nilai Angket

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5.4 Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang di gunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumentasi di gunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kuantitatif. Metode ini berupa informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Penggunaan metode dokumentasi ini memperkuat dan mendukung informasi-informasi yang didapatkan dari hasil observasi dan interview. (Saekan, 2010).

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum digunakan pada penelitian sesungguhnya, angket atau kuesioner harus diuji terlebih dahulu uji instrument dilakukan untuk mengetahui validitas dan reabilitas suatu instrument. Dari uji coba tersebut kelayakan dari instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Baik atau tidaknya suatu instrument yang digunakan akan berpengaruh terhadap hasil penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian dinyatakan valid apabila setiap pernyataan di kuesioner bisa digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur menggunakan kuesioner tersebut (Sugiyono, 2016). Kriteria pengujiannya yaitu r hitung $< r$ tabel, maka instrument dinyatakan tidak valid, sedangkan r hitung $> r$ tabel, maka instrument dinyatakan valid.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Harga (X1)

Item Pernyataan	<i>Corrected</i> Item – Total Corralation (r hitung)	R Tabel	Kesimpulan
Harga produk Emina tergolong terjangkau dan bervariasi sesuai dengan ukuran produknya.	0.786	0.3610	Valid
Harga produk Emina sesuai dengan kualitas yang mereka miliki.	0.536	0.3610	Valid
Harga produk Emina sesuai dengan manfaat yang konsumen rasakan.	0.814	0.3610	Valid
Harga produk Emina yang dapat bersaing dengan produk lain.	0.536	0.3610	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 23

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item – Total Corralation (r hitung)</i>	R Tabel	Kesimpulan
Produk emina memiliki Sunscreen SPF 30 PA+++ dengan ukuran yang kecil sehingga mudah dibawa kemana mana.	0.827	0.3610	Valid
Produk emina memiliki series lip cream yang longlasting dari pukul 7 pagi hingga 7 malam.	0.934	0.3610	Valid
Produk emina tidak memiliki kerusakan pada kemasan produk yang ditawarkan.	0.778	0.3610	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 23

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Celebrity Endorser (X3)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item – Total Corralation (r hitung)</i>	R Tabel	Kesimpulan
Penampilan Abel Cantika sangat menarik dan elegant.	0.885	0.3610	Valid
Video produk Emina di instagram yang disampaikan Abel Cantika dapat dipercaya.	0.804	0.3610	Valid
Marsha Aruan berpengetahuan luas dan berkualitas.	0.841	0.3610	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 23

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item – Total Corralation</i>	R Tabel	Kesimpulan
------------------------	--	----------------	-------------------

Item Pernyataan	(r hitung)	R Tabel	Kesimpulan
Saya berminat membeli produk Emina karena kemasannya lucu.	0.776	0.3610	Valid
Saya berminat membeli produk Emina karena sesuai dengan kualitas yang mereka miliki.	0.605	0.3610	Valid
Produk Emina sesuai dengan manfaat yang konsumen rasakan.	0.754	0.3610	Valid
Saya berminat membeli produk Emina karena tertarik dengan skincarenya.	0.734	0.3610	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 23

3.6.2 Uji Reabilitas

Uji Reabilitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data sudah bisa dikatakan reliabel atau tidak. Pada uji ini menggunakan analisis Alpa Cronbach. Dimana jika suatu variabel bernilai Alpa Cronbach $> 0,60$ maka dapat disimpulkan variabel tersebut reliable atau konsisten dalam mengukur (Sugiyono, 2018:268).

Tabel 3.8
Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	R teori	Kriteria
1	Harga	0.613	0.60	Reliabel
2	Kualitas Produk	0.803	0.60	Reliabel
3	Celebrity Endorser	0.796	0.60	Reliabel
4	Minat Beli	0.680	0.60	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 23

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan *celebrity endorser* terhadap minat beli konsumen studi kasus konsumen emina kosmetik. Teknik analisis data ini menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis sebagai berikut.

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul menggunakan statistik. Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas, menurut Sugiyono (2017). Analisis ini digunakan untuk memberikan deskripsi mengenai variabel-variabel penelitian yaitu harga, kualitas produk, *celebrity endorser* dan minat beli. Pada penelitian ini statistik deskriptif yang digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian adalah tabel distribusi frekuensi, rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang mendasari penggunaan analisis regresi berganda. Ada beberapa asumsi yang harus terpenuhi agar kesimpulan dari hasil pengujian tidak bias, diantaranya adalah uji Normalitas Data, uji Multikolinieritas, dan uji Heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas Data

Menurut Ghazali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel

dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Menurut Sunyoto (2016) menjelaskan uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terkait untuk setiap variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai eror yang berdistribusi normal.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dengan uji normalitas yang yaitu uji statistik non parametric Kolmogrov-Smirnov (K-S). Untuk mendeteksi data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk melihat kondisi yang tidak terdapat hubungan korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam bentuk berganda. Efek dari multikolinearitas adalah mengakibatkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut menunjukkan standart error besar, akibatnya saat koefisien di uji, t hitung akan bernilai lebih kecil dari t tabel. Hal tersebut menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Dalam pengujian ini menggunakan nilai Variance Inflation Factor

(VIF). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Jika Tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika Tolerance $< 0,1$ dan VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas. jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2016:103).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui kondisi keragaman yang sama dari error masing masing sampelnya. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot* atau nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Jika tidak ada pola tertentu dan tidak menyebar diatas dan dibawah angka nol sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Model yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:134).

Uji Glejser merupakan uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. (Ghozali, 2018:142).

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing - masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil analisis regresi linear berganda merupakan koefisien untuk masing - masing variabel. Analisis regresi linear berganda yang menggunakan variabel independen yaitu,

harga (X1), kualitas produk (X2), *celebrity endorser* (X3) dan variabel dependen minat beli (Y). Adapun bentuk persamaan linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan ;

Y = Minat Beli

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas Produk

X₃ = *Celebrity Endorser*

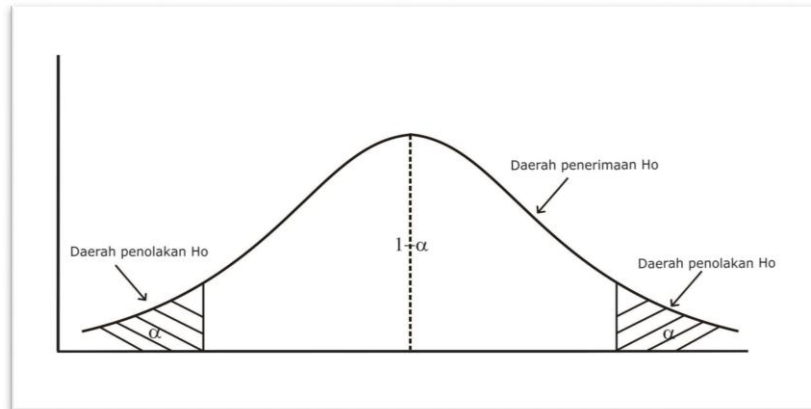
ε = *Error*

3.7.4 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Pada dasarnya uji ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh masing masing variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016:97). Pengujian dilakukan dengan signifikansi level, penolakan dan penerimaan hipotesis didasarkan dengan kriteria :

- a. Jika nilai signifikan < 0,05 maka hipotesis diterima dan artinya terdapat pengaruh signifikan antara satu variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Jika nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak dan artinya tidak terdapat pengaruh antara satu variabel bebas terhadap variabel terika

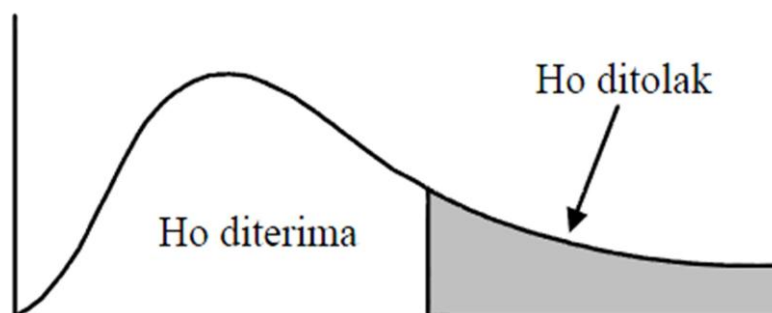


Gambar 3.1 Kurva Uji t Parsial

2. Uji Simultan (Uji Statistik F)

Pada dasarnya uji ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan (Ghozali, 2016:96). Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dan melihat nilai signifikansi 0,05 dengan cara sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$ maka model penelitian dapat dilakukan.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$ maka model penelitian tidak dapat digunakan.



Gambar 3.2 Kurva Uji F

3. Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen, serta digunakan untuk mengetahui persentase besarnya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Ghozali, 2016:95).

Nilai R^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan semakin tinggi nilai R^2 maka semakin tinggi variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Rumus koefisien determinasi adalah :

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Besar atau jumlah koefisien determinasi

R^2 : Nilai koefisien korelasi

100% : Pengkali yang menyatakan dalam persentase