

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Dalam penelitian ini data kuantitatifnya berupa berupa skor atau nilai berdasarkan jawaban yang diberikan responden terkait dengan pertanyaan yang tertera pada kuesioner yang disebar oleh peneliti mengenai masalah yang diteliti pada pengguna emina kosmetik dikota Medan. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk penelitian pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, dijelaskan oleh Sugiyono (2019). Dalam penelitian ini datanya berupa angka – angka dan analisis datanya bersifat statistik. Data tersebut diperoleh dari kuesioner yang akan dibagikan kepada responden mengenai masalah yang diteliti.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder :

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti. Data primer dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan,

dijelaskan oleh Sugiyono (2019). Data ini diperoleh dengan menyebar kuesioner kepada responden terhadap tanggapan yang mereka berikan dengan mengisi kuesioner yang telah disebar oleh peneliti. Data ini digunakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan dan jawaban responden mengenai bagaimana pengaruh *celebrity endorsement*, *variety seeking*, dan *product quality*, terhadap *purchase intention* pada pengguna kosmetik dikota Medan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh tidak berhubungan langsung dengan memberikan data kepada pengumpul data, dijelaskan oleh Sugiyono (2019). Data sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data yang penulis peroleh dari jurnal, artikel online, serta buku yang menjadi pedoman dalam penelitian ini.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada seluruh pengguna kosmetik emina dikota Medan.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dikota Medan, yang dimana responden dalam penelitian ini adalah pengguna emina kosmetik dikota Medan. Peneliti ingin melihat seberapa besar pengaruh *celebrity endorsement*, *variety seeking*, *product quality* yang dimana nantinya yang paling dominan dalam mempengaruhi *purchase intention* pada pengguna emina kosmetik dikota Medan.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																															
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Pengumpul an Data																																
2	Pengajuan Judul																																
3	Penyusunan Proposal																																
4	Bimbingan Proposal																																
5	Seminar Proposal																																
6	Revisi Proposal																																
7	Olah Data																																
8	Sidang Meja Hijau																																

Sumber : Data Diolah Peneliti

3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generilisasi, dijelaskan oleh Sugiyono (2019). Perbedaan – perbedaan tersebut disebabkan karena adanya nilai karakteristik yang berlainan. Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan emina kosmetik dikota Medan.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, dijelaskan oleh Sugiyono (2019), Penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling*. Dalam *Non Probability Sampling*, tidak diberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dan jumlah responden ditentukan dengan *Accidental Sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang bersedia memberi informasinya melalui kuisisioner yang telah disediakan dijelaskan oleh Sugiyono, (2019).

Dalam menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui.

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

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

$$n = \frac{3,8416.0.25}{0.01}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z^2 = 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 penelitian ini mengumpulkan data sekurang kurangnya sebanyak 96 responden. Oleh karena itu, peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 100 responden.

3.4 Defenisi Operasional Variabel dan Aspek Pengukuran Variabel

Dijelaskan oleh Sugiyono (2019) definisi operasional variabel adalah segala sesuatu dalam bentuk apapun yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentangnya, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel yang akan diteliti, yaitu dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Variabel Terikat/Dependent (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang keberadaannya merupakan akibat dari keberadaan variabel bebas. Disebut variabel terikat karena kondisi atau variasinya

berkaitan dan dipengaruhi oleh variasi variabel lain. Dijelaskan oleh Sugiyono (2019) Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat beli (Y).

2. Kemudian variabel bebas/independen

Variabel ini mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain, sehingga dapat dikatakan bahwa perubahan pada variabel ini seharusnya menyebabkan perubahan pada variabel lainnya. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *Celebrity Endorsement* (X1), *Variety Seeking* dan (X2), *Product Quality* (X3).

Tabel 3.2
Defenisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Purchase Intention</i> (Y)	Hartanto Bobby, (2022) minat beli merupakan hasil dari serangkaian Langkah sebelumnya yang dilakukan untuk membeli suatu produk tertentu	Abdul Kohar Septyadi et al., (2022) Minat beli diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut: 1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial	<i>Skala Likert</i>
<i>Celebrity Endorsement</i> (X1)	Raab Gerhard, Goddard G. Jason, Ajami Riad A, (2016) menyatakan variasi pembelian adalah fenomena dimana konsumen menunjukkan kebutuhan akan perubahan dalam perilaku pilihan produk mereka, yang dapat ditelusuri kembali kekeinginan akan variasi.	Menurut Kalangi et al., (2019) indikator <i>Celebrity Endorser</i> yaitu : 1. <i>Trustworthiness</i> (Kepercayaan) 2. <i>Expertise</i> (Keahlian) 3. <i>Attractiveness</i> (Daya tarik)	<i>Skala Likert</i>
<i>Variety Seeking</i> (X2)	Dalam Raab Gerhard, Goddard G. Jason,	Menurut Raab Gerhard, Goddard G. Jason, Ajami	<i>Skala Likert</i>

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	Ajami Riad A, (2016) menyatakan variasi pembelian adalah fenomena dimana konsumen menunjukkan kebutuhan akan perubahan dalam perilaku pilihan produk mereka, yang dapat ditelusuri kembali kekeinginan akan variasi.	Riad A, (2016) indikator variety seeking yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa bosan terhadap produk yang digunakan 2. Keinginan baru menggunakan produk lain 3. Perbedaan yang dirasakan dengan produk lain 4. Kebutuhan akan variasi 	
<i>Product Quality (X3)</i>	Kualitas produk merupakan bentuk nilai yang diberikan kepada produk dilihat dari optimalisasi fungsi dan tercapainya harapan konsumen, kualitas berkaitan dengan produk, jasa, manusia dan lingkungan, serta kualitas meliputi upaya untuk mencangkup, memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen Aditya I Gede Golden, (2024)	Terdapat lima indikator kualitas produk yang dijelaskan oleh Pahmi, (2024) antara lain : <ol style="list-style-type: none"> 1. Ciri-ciri produk 2. Kesesuaian dengan spesifikasi 3. Ketahanan 4. Kehandalan 5. Desain 	<i>Skala Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan antara lain sebagai berikut:

3.5.1 Kuesioner atau Angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden dijelaskan oleh Sugiyono (2021). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik

pengumpulan data dengan kuesioner. Karena, peneliti akan memberikan langsung kepada responden dengan melakukan penyebaran kuesioner guna untuk mengukur persepsi responden. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan Skala Likert, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternative.

Tabel 3.3 Skala Likert

Objsi Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu - Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

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 (2019).

Teknik uji validitas item dengan teknik Corrected Item Total Correlation, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi. Pada uji validitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi dan nilai signifikan. Pada nilai korelasi, Nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df)= n-

2, dengan α 0.05 dan (n) merupakan jumlah data responden. Pengambilan keputusan uji ini adalah:

1. Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka indikator tersebut valid.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau bernilai negatif, maka indikator tersebut tidak valid. Sedangkan pada nilai signifikan, jika nilai signifikan pada setiap pernyataan tersebut > 0.05 maka nyatakan tidak valid dan jika nilai signifikan pada pernyataan tersebut < 0.05 maka dinyatakan valid.

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 reliabel atau konsisten dalam mengukur dijelaskan oleh Sugiyono, (2019).

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsement*, *variety seeking*, *product quality*, *purchase intention* pada emina kosmetik dikota Medan. Teknik analisis data inii menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis sebagai berikut.

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk memberikan deskripsi mengenai variabel-variabel penelitian yaitu *Celebrity Endorsement*, *Variety Seeking*, dan *Product Quality* dan *Purchase Intention*. Pada penelitian ini statistik deskriptif yang

digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian adalah tabel distribusi frekuensi, rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi.

1. Tabel distribusi frekuensi,
2. Rata – rata penjumlahan seluruh data dengan membagi banyak data saat yang ada.
3. Nilai maksimum adalah bilangan terbesar dalam barisan bilangan.
4. Nilai minimum adalah bilangan terkecil dalam barisan bilangan.
5. Standar deviasi menggunakan akar kuadrat dari akar rata - rata ukuran kuadrat setiap mean.

3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan pada penelitian ini karena terdapat lebih dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Dijelaskan oleh Ghozali (2021:145-146) Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan pengaruh variabel bebas dengan variable terikat. Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linear berganda untuk menguji seberapa besar pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Variety Seeking*, dan *Produt Quality* terhadap *Purchase Intention*. Formula persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Purchase intention

α = Konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = Angka koefisien negresi

X_1 = Celebrity endorsement

X_2 = Variety seeking

X_3 = Product quality

ε = Error

3.7.3 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

Dijelaskan oleh Ghozali (2021) Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat yang memiliki distribusi normal. Uji normalitas yang akan digunakan pada penelitian ini adalah uji *kolmogorov smirnov*. Uji *Kolmogorov – Smirnov* dapat dilakukan untuk menguji apakah residual terdistribusi secara normal (Ghozali, 2021). Jika nilai Signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal, dan jika nilai Signifikan lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Dijelaskan oleh Ghozali (2021), menjelaskan uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah terdapat korelasi pada variabel bebas yang digunakan dalam uji model regresi. Jika nilai VIF < 10 berarti tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi. Sebaliknya jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas pada model regresi. Jika nilai Tolerance < 0,10 berarti tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi. Tolerance > 0,10 maka terjadi multikolinearitas pada model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dijelaskan oleh Ghozali (2021) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidak samaan variance dari residual satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi. Dalam penelitian ini menguji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser. Uji mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel bebas dengan persamaan regresi.

Dasar pengambilan keputusan dengan Uji Glejser adalah :

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi heterokedasitas.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heterokedasitas.

3.7.4 Uji Hipotesis

Menguji hipotesis menggunakan uji T dan uji F sebagai berikut:

3.7.4.1 Uji Parsial (Uji Statistik T)

Ghozali (2021) menyatakan bahwa uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh secara individual hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Apakah variabel bebas secara individual memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel terikat. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

t = Nilai hitung r = Koefisien korelasi banyak pasangan rank

- a. Bentuk Pengujian

$H_0: r_s = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antarvariabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

$H_0 : r_s =$. artinya terdapat hubungan signifikan antarvariabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

b. Kriteria Pengambilan Keputusan

1 Berdasarkan Nilai Signifikansi (Sig.)

- a. Jika nilai Signifikansi (Sig.) < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.
- b. Jika nilai Signifikansi (Sig.) > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

2. Berdasarkan Perbandingan Nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis H_0 diterima.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis H_0 ditolak

3.7.4.2 Uji Simultan (Uji Statistik f)

Ghozali (2021) menyatakan bahwa uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Dimana:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

a. Pengujiannya sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta = 0$, Artinya variabel bebas tidak memiliki

pengaruh terhadap variabel terikat

2. $H_0 : \beta \neq 0$, Artinya variabel bebas memiliki pengaruh

terhadap variabel terikat

b. Pengambilan keputusan uji F yaitu:

i. Berdasarkan nilai signifikan (Sig.) dari output Anova

1. Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka hipotesis diterima

2. Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka hipotesis ditolak

ii. Berdasarkan perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis diterima.

2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis ditolak.

3.7.4.3 Koefisien 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, 2021).

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

R2 : Nilai Koefisien korelasi

100% : Pengkali yang menyatakan dalam persentase

