

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### © Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

##### A. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah penduduk wanita DKI Jakarta dengan usia 20 – 34 tahun. Secara keseluruhan penelitian ini meneliti adanya pengaruh citra merek suatu merek kosmetik dan pesan dalam video tutorial merias wajah pada Youtube terhadap keputusan pembelian produk kosmetik bagi penduduk wanita di DKI Jakarta.

Penduduk wanita dipilih karena menurut Kementerian Perindustrian (2016, diakses pada 28 Februari 2017) industri kosmetik membidik kaum wanita sebagai target konsumen utama. Sedangkan menurut Kompas.com berdasarkan riset yang telah dilakukan di sembilan kota di Indonesia pada Februari – Maret 2012 menunjukkan bahwa wanita dengan kisaran usia 20 – 34 tahun merupakan pengguna aktif kosmetik (2012, diakses pada 28 Februari 2017).

##### B. Desain Penelitian

Berdasarkan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan riset kuantitatif korelasional. Riset kuantitatif merupakan riset yang menjelaskan atau menggambarkan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasi. Menurut Kriyantono (2010: 55) hasil riset kuantitatif dianggap sebagai representasi dari seluruh populasi yang ada dalam penelitian. Riset kuantitatif dipilih karena peneliti ingin mengetahui adanya pengaruh citra merek dan pesan dalam video tutorial merias wajah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



terhadap keputusan pembelian kosmetik penduduk wanita DKI Jakarta. Studi deskriptif korelasional dipilih karena peneliti ingin mengetahui hubungan dua variabel atau lebih dan sejauh mana suatu variabel berhubungan dengan variabel lainnya.

Sedangkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah survei. Menurut Kerlinger (dalam Unaradjan, 2013 : 109), metode penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, namun data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diperoleh dari populasi.

### **C. Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi, sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian berjudul “Pengaruh Citra merek dan Pesan dalam Video Tutorial Merias Wajah pada Youtube terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik”, citra merek merupakan variabel bebas pertama ( $X_1$ ), pesan dalam video tutorial merias wajah pada Youtube merupakan variabel bebas kedua ( $X_2$ ), sedangkan keputusan pembelian merupakan variabel terikat ( $Y$ ).

Berikut dijelaskan variabel-variabel penelitian dalam bentuk tabel operasional:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 3.1**

**Operasional Variabel Penelitian**

| Variabel                                  | Dimensi                                  | Indikator   | Skala  |
|---|--|---|--------|
| Citra merek<br>(Variabel X <sub>1</sub> ) | <i>Favorability of brand association</i> | Merek menawarkan produk yang cocok dengan jenis kulit konsumennya.                  | Likert |
|   |  | Merek memberikan hasil pemakaian yang sesuai dengan apa yang tertulis pada kemasan. | Likert |
|   |  | Merek memiliki <i>packaging</i> yang aman dan sesuai dengan produk.                 | Likert |
|   |  | Merek menawarkan harga yang terjangkau.   | Likert |
|   | <i>Strength of brand association</i>     | Merek menyampaikan pesan dengan bahasa yang mudah dipahami.                         | Likert |
|   |  | Merek menyampaikan pesan yang sama dan berulang melalui media pemasarannya.         | Likert |
|   |  | Merek diketahui sebagai solusi atas kebutuhan dan keinginan konsumen.               | Likert |

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 3.1 (Lanjutan)**

|  |   |   |        |
|--|---|---|--------|
| <p><b>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>Pesan dalam video tutorial merias wajah pada Youtube (Variabel X<sub>2</sub>)</p> <p><b>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b></p> |   | Merek dapat dengan mudah diperoleh.   | Likert |
|  | <p><i>Uniqueness of brand association</i></p> | Merek menawarkan pilihan kategori produk yang lengkap.  | Likert |
|  |   | Merek memiliki pilihan warna ( <i>shades</i> ) yang diinginkan konsumennya.   | Likert |
|  |   | Merek memiliki kandungan yang tidak dimiliki oleh merek kosmetik lain.  | Likert |
|  |   | Merek memiliki desain yang menarik perhatian konsumennya.   | Likert |
|  |   |   |        |
|  | <p>Verbal</p>                                 | Pesan dalam video tutorial merias wajah berisikan materi yang lengkap sesuai dengan keingintahuan <i>audience</i> . | Likert |
|  |   | Pesan dalam video tutorial merias wajah menggunakan bahasa yang mudah dimengerti.                                   | Likert |
|  |   | Pesan dalam video tutorial merias wajah menggunakan pilihan kata yang mudah dimengerti.                             | Likert |
|  |   | Pesan dalam video tutorial merias wajah membahas merek atau produk kosmetik yang <i>up-to-date</i> .                | Likert |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 3.1 (Lanjutan)**

|   |            |  |        |
|---|------------|--|--------|
| <p><b>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:<br/> a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.<br/> b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p> |            | Pesan dalam video tutorial merias wajah berisikan pendapat pribadi yang jujur.   | Likert |
|   |            | Pesan dalam video tutorial merias wajah tidak menjelek-jelekkkan merek kosmetik lainnya.   | Likert |
|   | Non-verbal | Video tutorial merias wajah menampilkan instruksi penggunaan alat kosmetik yang jelas dan lengkap.   | Likert |
|   |            | Video tutorial merias wajah menampilkan instruksi penggunaan alat kosmetik yang mudah diikuti oleh <i>audience</i> .                             | Likert |
|   |            | <i>Beauty guru</i> dalam video tutorial merias wajah berpenampilan rapih dan menarik.  | Likert |
|   |            | <i>Beauty guru</i> dalam video tutorial merias wajah berekspresi sesuai dengan pendapatnya terhadap suatu produk.                                | Likert |
|   |            | <i>Beauty guru</i> dalam video tutorial merias wajah menyampaikan pesan dengan intonasi yang sesuai sehingga <i>audience</i> tidak merasa bosan. | Likert |

**Tabel 3.1 (Lanjutan)**

|   |                      |  |        |
|---|----------------------|--|--------|
| <p><b>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p><b>Keputusan pembelian (Y)</b></p> <p><b>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b></p> |                      | Video tutorial merias wajah dilengkapi dengan animasi yang membuat video menjadi lebih informatif.             | Likert |
|   | Pengenalan kebutuhan | Konsumen membutuhkan kosmetik karena ingin lebih menunjang penampilannya.                                      | Likert |
|   |                      | Konsumen membutuhkan kosmetik karena dorongan membeli dari orang lain.   | Likert |
|   | Pencarian informasi  | Konsumen mencari informasi alat kosmetik terkait merek atau produk sebelum membelinya.                         | Likert |
|   |                      | Konsumen mencari informasi alat kosmetik terkait pengalaman dan pendapat orang lain dalam menggunakannya.      | Likert |
|   | Evaluasi alternatif  | Konsumen membandingkan kualitas masing-masing merek atau produk kosmetik berdasarkan informasi yang diperoleh. | Likert |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 3.1 (Lanjutan)**

|   |                          |  |        |
|---|--------------------------|--|--------|
| <p><b>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:<br/> a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.<br/> b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p> |                          | Konsumen membandingkan harga masing-masing merek atau produk kosmetik.   | Likert |
|   | Keputusan pembelian      | Konsumen memilih merek atau produk kosmetik yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya.   | Likert |
|   |                          | Konsumen memilih merek atau produk kosmetik dengan pertimbangan mudah ditemukan.   | Likert |
|   |                          | Konsumen memilih merek atau produk kosmetik dengan pertimbangan harga yang sesuai <i>budget</i> .                              | Likert |
|   |                          | Konsumen memilih merek atau produk kosmetik yang dianggap positif oleh orang lain.   | Likert |
|   |                          | Konsumen akan melakukan kegiatan pembelian berulang terhadap merek atau produk kosmetik ketika merasa puas atas penggunaannya. | Likert |
|   | Perilaku pasca pembelian | Konsumen akan merekomendasikan merek atau produk kosmetik kepada orang lain ketika merasa puas atas penggunaannya.             | Likert |



#### D. Teknik Pengumpulan Data

##### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Menurut Unaradjan (2013: 132) angket atau kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain, yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Kriyantono (2010: 97) menjelaskan bahwa tujuan dari penyebaran adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa adanya rasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam menjawab daftar pertanyaan.

Dalam pengumpulan data ini, kuesioner yang berisikan daftar pertanyaan terkait masalah yang diteliti akan dibagikan kepada responden, yaitu penduduk wanita DKI Jakarta. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian adalah angket dengan pertanyaan tertutup. Menurut Ridwan (dalam Unaradjan, 2013: 133) angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa, sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang atau tanda *checklist*. Data kuesioner ini akan menjadi data primer yang kemudian diolah melalui program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

Sedangkan jenis skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur instrumen-instrumen yang ada dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert menurut Unaradjan (2013: 145) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang kejadian atau gejala sosial tertentu.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## E. Teknik Pengambilan Sampel

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, untuk memperoleh hasil generalisasi yang akurat maka sampel yang digunakan dalam penelitian haruslah representatif dari populasi penelitian. Dalam Unaradjan (2013: 112) dijelaskan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi atau wakil dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* atau *non-random sampling*, di mana teknik pengambilan sampel ini tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel penelitian. *Non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Unaradjan (2013: 121) *purposive sampling* digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampel untuk mencapai tujuan tertentu.

Adapun sampel yang peneliti tetapkan untuk penelitian ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Responden adalah wanita berusia 20-34 tahun.
2. Responden adalah pengguna produk kosmetik.
3. Responden pernah menonton video tutorial merias wajah pada Youtube.

Adapun populasi dari penduduk wanita DKI Jakarta usia 20 – 34 tahun menurut Jakarta Open Data (2016, diakses pada 30 Maret 2017) berjumlah 1.284.733 penduduk, dengan rincian sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 3.2**

**Data Penduduk Wanita DKI Jakarta Berdasarkan Usia**

| 20 – 24 Tahun | 25 – 29 Tahun | 30 – 34 Tahun |
|---------------|---------------|---------------|
| 369.122       | 416.357       | 499.254       |

**Sumber: Jakarta Open Data (2016, diakses pada 30 Maret 2017)**

Berdasarkan jumlah populasi yang diketahui peneliti menggunakan rumus Yamane yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

$$n = \frac{1.284.733}{1.284.733 \times (5\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1.284.733}{3.212,83}$$

$$n = 399,87581$$

$$n \approx 400$$

Keterangan:

- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- d = presisi yang ditetapkan

**F. Teknik Analisis Data**

Setelah data berupa kuesioner terkumpul, peneliti mengolah data tersebut melalui beberapa tahapan dengan tujuan untuk mengetahui kesalahan-kesalahan yang mungkin terdapat pada pengisian kuesioner



sehingga data tersebut terbukti akurat, konsisten, dan lengkap. Alat ukur dalam analisis data penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. Uji Validitas

Validitas menurut Arikunto (dalam Unaradjan, 2013 : 164) adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah, begitu juga sebaliknya. Dalam penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan rumus *Pearson Product Moment* melalui program SPSS sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

$\sum X$  = jumlah skor item variabel X

$\sum Y$  = jumlah skor item variabel Y

n = jumlah individu dalam sampel atau responden

Hasil dari  $r_{hitung}$  kemudian dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  dengan menggunakan peluang tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) sebesar 10% dari tabel *r product moment*.

## 2. Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas dilakukan, selanjutnya peneliti akan melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah hasil pengukuran yang dilakukan



cukup konsisten hasilnya jika dilakukan pengukuran berulang kali. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{(k-1)} \right) \left( 1 - \frac{\sum Sb^2}{St^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = koefisien reliabilitas instrument (*Cronbach's alpha*)

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$Sb^2$  = total varian butir pertanyaan

$St^2$  = varian total

### 3. Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif variabel digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pendapat responden atas pertanyaan yang telah diberikan. Cara menghitungnya adalah seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi.

Perhitungan tersebut menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot X_i}{n}$$

Keterangan :

$\bar{x}$  = rata-rata skor

$f_i$  = frekuensi pengamatan

$X_i$  = skor atau bobot nilai 1-2-3-4-5

$n$  = total jumlah frekuensi

## C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak, karena data yang baik merupakan data yang memiliki pola distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

Ho : Data berdistribusi normal.

Ha : Data berdistribusi tidak normal.

Dengan signifikansi  $\alpha$  sebesar 5%, maka dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika  $\text{Sig} \geq 0,05$ , maka terima Ho, berarti data berdistribusi normal.
- Jika  $\text{Sig} \leq 0,05$ , maka tolak Ho, berarti data berdistribusi tidak normal.

#### 5. Uji Korelasi

Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini analisis korelasi yang digunakan adalah Korelasi *Pearson Product Moment* ( $r$ ).

Rumus Korelasi *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$r$  = koefisien korelasi

$\sum X$  = jumlah skor item variabel X

$\sum Y$  = jumlah skor item variabel Y

$n$  = jumlah individu dalam sampel atau responden

Setelah melakukan penghitungan dengan rumus di atas, nilai  $r$  yang diperoleh akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai  $r$  sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai  $r$**

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,80 – 1,000       | Sangat kuat      |
| 0,60 – 0,799       | Kuat             |
| 0,40 – 0,599       | Cukup kuat       |
| 0,20 – 0,399       | Rendah           |
| 0,00 – 0,199       | Sangat rendah    |

Sumber: Unaradjan (2013 : 202)

## 6. Uji Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh atau hubungan antara dua atau lebih variabel bebas secara simultan dengan variabel terikat. Rumus korelasi ganda adalah sebagai berikut:

$$R_{X_1X_2Y} = \sqrt{\frac{r_{X_1Y}^2 + r_{X_2Y}^2 - 2(r_{X_1Y}) \cdot 2(r_{X_2Y}) \cdot (r_{X_1X_2})}{1 - r_{X_1X_2}^2}}$$



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Keterangan:

R = nilai koefisien korelasi ganda

## 7. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Rumus regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

a = konstanta

$b_1 b_2$  = koefisien regresi

$X_1$  = citra merek

$X_2$  = pesan dalam video tutorial merias wajah pada Youtube

## 8. Uji Hipotesis

### 8.1 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat



secara parsial. Pengujian dilakukan pada SPSS dengan taraf signifikansi  $\alpha$  sebesar 5%, maka dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Ha : terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Ho : tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

a. Jika Sig < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka terima Ha atau tolak Ho.

b. Jika Sig > 0,05 atau t hitung < t tabel, maka tolak Ha atau terima Ho.

## 8.2 Uji f

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat secara simultan atau bersamaan. Pengujian dilakukan pada SPSS dengan taraf signifikansi  $\alpha$  sebesar 5%, maka dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Ha : terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

Ho : tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

a. Jika Sig < 0,05 atau f hitung > f tabel, maka tolak Ho atau terima Ha.

b. Jika Sig > 0,05 atau f hitung < f tabel, maka terima Ho atau tolak Ha.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





### 8.3 Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi dinyatakan dalam persen (%). Koefisien determinasi adalah  $1 \times 100\% = 100\%$  yang memiliki arti variasi perubahan variabel terikat 100% disebabkan oleh variabel bebas. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin besar yaitu mendekati 1, maka model semakin tepat. Rumus pengujian koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

KP = koefisien penentu atau koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.