

BAB III

METODE PENELITIAN



Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian)

A. Obyek Penelitian

Obyek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Scarlett Whitening. Sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau menggunakan produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening dalam kurun waktu 2 bulan terakhir.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (2017:146) adalah suatu perencanaan dan rancangan untuk menginvestigasi dan disusun agar mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Perencanaan merupakan skema menyeluruh atau program dari penelitian, termasuk mencakup garis besar tujuan yang ingin dibuat oleh peneliti dari penulisan hipotesis dan implikasi operasionalnya untuk analisis data akhir.

Cooper dan Schindler (2017:147-152) selanjutnya mengklasifikasikan desain penelitian ke dalam beberapa kategori, antara lain:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian, penelitian ini termasuk dalam studi formal (formal study) karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan.





2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi (communication study) di mana peneliti menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui Google Forms yang berisi daftar pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respon mereka.

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Berdasarkan kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel, penelitian ini menggunakan desain ex post facto (ex post facto design) di mana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasi variabel. Peneliti hanya mampu melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

4. Tujuan Studi

Berdasarkan tujuan studi, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif (descriptive) di mana tujuan penelitian ini ialah agar mendapatkan jawaban mengenai siapa, apa, di mana, kapan, atau berapa banyak. Penelitian ini juga termasuk dalam penelitian kausal-eksplanatori (causal-explanatory) karena bertujuan untuk menjelaskan kaitan antar variabel yang terdapat dalam penelitian ini.

5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini menggunakan studi cross-sectional (cross-sectional study) karena penelitian ini hanya dilakukan satu kali dan menyajikan potret dari suatu kejadian dalam satu waktu.

6. Cakupan Topik

1. a. Peneliti hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Berdasarkan cakupan topik, penelitian ini menggunakan studi statistik (statistical study). Studi statistik didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Studi ini bertujuan untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel dan hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (field condition) karena penelitian ini dilakukan pada kondisi lapangan yang sesungguhnya dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Kesadaran persepsi partisipan pada saat mengisi kuesioner dapat mempengaruhi hasil penelitian ini secara tidak langsung. Persepsi partisipan yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak ada penyimpangan dalam rutinitas kesehariannya.

C Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitiannya yaitu di Provinsi DKI Jakarta spesifiknya di wilayah Jakarta Barat.

Alasan peneliti memilih lokasi ini dikarenakan di keterbatasan waktu penelitian dalam kurun waktu 2 bulan pengguna atau pembeli Scarlett Whitening. Dengan ini peneliti ingin mengetahui bahwa dengan adanya Promosi di Media Sosial Instagram, apakah konsumen memutuskan untuk membeli produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening.

2. Waktu Penelitian



Waktu yang digunakan peneliti adalah terhitung sampai diperkenankan menepati

penelitian dalam kurun waktu 2 bulan, 1 bulan pengumpulan data yaitu pada Januari 2022 – Februari 2022 dan 1 bulan penyusunan data yang terdiri dari penyampaian dengan model skripsi dengan proses arahan oleh pembimbing yang sedang berjalan.

D. Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (Independent Variable)

Variabel Independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi positif dan negatif variabel terikat. Dengan kata lain variabel Ht merupakan variabel yang mengambil variabel dependent baik secara positif maupun negatif. Jika terdapat variabel bebas, maka variabel terikatpun ada. Dan setiap variabel bebas memiliki peningkatan maka terdampak pula peningkatan maupun penurunan dengan variabel terikat (Sekaran, 2009). Variabel independen pada penelitian ini yaitu Sosial Media Instagram sebagai variabel (X1) dan Citra merk sebagai variable (X2).

2. Variabel dependen (Dependent Variable)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen merupakan variabel utama yang menjadi faktor efektif didalam penelitian (Sekaran, 2009). Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
----------	----------	-----------



<p>Sosial Media Instagram</p>	<p>Media sosial merupakan saluran atau media interaksi sosial secara online di dunia maya (internet). pengguna media sosial berkomunikasi, berinteraksi, bertukar pesan dan berbagi srta membangun jaringan. Semakin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto telah menyebabkan banyak penggunanya memasuki akun bisnis, seperti akun sosial perusahaan yang juga mempromosikan produknya melalui Instagram.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Context 2. Communication 3. Collaboration 4. Connection
<p>Citra merk</p>	<p>Citra merk adalah persepsi merek secara keseluruhan, terbentuk dari informasi dan pengetahuan merek sebelumnya (Foster, 2016). Citra merk dikaitkan dengan keyakinan dan sikap yang berbentuk preferensi.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi Konsumen terhadap tampilan produk. 2. Persepsi Konsumen terhadap desain atau sampel kemasan. 3. Persepsi Konsumen terhadap warna produk. 4. Persepsi konsumen terhadap harga produk 5. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk. 6. Persepsi konsumen terhadap ukuran produk.
<p>Keputusan Pembelian</p>	<p>Keputusan pembelian merupakan rangkaian proses pembelian, terdiri dari rangkaian peristiwa seperti identifikasi masalah yang berkaitan dengan kebutuhan, pencarian informasi yang berkaitan dengan barang yang akan dibeli pelanggan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penentuan produk 2. Penentuan merek 3. Preferensi konsumen

Sumber: Tabel dibuat oleh peneliti, 2021

E Teknik Pengambilan Sampel

Dalam Penelitian ini populasi yang ditentukan adalah masyarakat yang membeli atau menggunakan produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening dalam kurun waktu 2 bulan terakhir di Provinsi DKI Jakarta tepatnya di Wilayah Jakarta Barat.



Untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan penelitian maka digunakan Teknik nonprobability sampling technique sebagai metode pemilihan sampel. Sedangkan pemilihan jumlah responden ditetapkan dengan menggunakan metode Teknik purposive sampling, ialah sampel yang dipilih sesuai dengan standar kriteria yang telah dipilih oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Standar kriteria yang dipilih yaitu :

- (1) responden berdomisili Provinsi DKI Jakarta di wilayah Jakarta Barat;
- (2) responden merupakan konsumen yang mengetahui informasi tentang brand produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening;
- (3) responden sedang atau pernah membeli atau menggunakan produk Scarlett Whitening dalam kurun waktu 2 bulan terakhir.

Untuk ukuran sampel sendiri, Hair et al. (2014:100) menyatakan bahwa sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pernyataan yang akan dianalisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian ini terdapat 20 item pernyataan, maka ukuran sampel minimum yang dibutuhkan berdasarkan perhitungan adalah $20 \times 5 = 100$ responden.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data Primer yang didapat langsung dari responden dalam penelitian ini pengumpulan data ini peneliti memakai metode kuantitatif dengan metode kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang memberikan responden beberapa pernyataan atau penjelasan secara tertulis yang harus dijawab dengan alternatif jawaban yang tersedia (Sugiyono, 2019).



Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala likert, yang dipakai untuk mengukur perilaku dan opini seseorang/sekelompok masyarakat yang selanjutnya disebut variabel penelitian.

Kuesioner dibagikan secara online dengan menyebarkan kuesioner menggunakan googleform yang dikirimkan kepada responden melalui social media seperti whatsapp, twitter, Instagram dan line.

Agar penelitian dapat menyampaikan data yang valid dan sesuai maka harus dilakukan pengukuran validitas dan realibilitas kuesioner. Data reliabel artinya data dapat digunakan untuk mengukur apa yang perlu diukur, Data yang dihasilkan oleh subjek sama dengan yang diukur menggunakan skala likert 4 poin untuk indicator variabel penelitian tersebut. Jawaban responden mencakup lima metode alternatif yang tersedia :

Tabel 3.1 Skor Jawaban Dalam Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1



Keterangan Tabel :

Angka 1 pada table skor menjelaskan responden memberikan responan yang negatif (sangat tidak setuju) terhadap pertanyaan yang diajukan peneliti, sedangkan angka 4 pada table skor menunjukkan responan yang positif.

G. Teknik Analisis Data

Ketika selesai mengumpulkan data melalui kuesioner, selanjutnya peneliti akan melakukan pengolahan data untuk dianalisis dengan menggunakan alat bantu software SPSS 2010. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Statistik Deskriptif

Berdasarkan pendapat Cooper dan Schindler (2014), analisis deskriptif berfungsi sebagai gambaran pusat, penyebaran, bentuk distribusi data, dan sangat membantu untuk alat pertama dalam mendeskripsikan suatu data. Analisis deskriptif yang digunakan pada penelitian ini diantaranya:

a. Rata-rata Hitung (Mean)

Rata-rata hitung atau mean dilakukan untuk menjumlahkan semua nilai data suatu kelompok sampel, lalu dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Mean bisa dihitung dengan memakai rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:



\bar{x} = rata-rata hitung (mean)

x_i = nilai sampel ke-i

n = jumlah sampel

b. Rentang Skala

Menurut Sugiyono (2017:93) Skala likert berguna dalam mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena social yang sudah ditentukan oleh peneliti yang dikenal dengan variabel penelitian.

Skala likert terdiri atas angka 1 sampai dengan 4. Angka 1 artinya angka terendah atau dimaknai dengan kata sangat tidak setuju. Sedangkan, angka 4 artinya angka tertinggi atau dimaknai dengan kata sangat setuju.

Skor nilai yang diberikan untuk setiap jawaban dalam kuesioner antara lain:

1 Sangat tidak setuju

2 Tidak setuju

3 Setuju

4 Sangat setuju

Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala penelitian

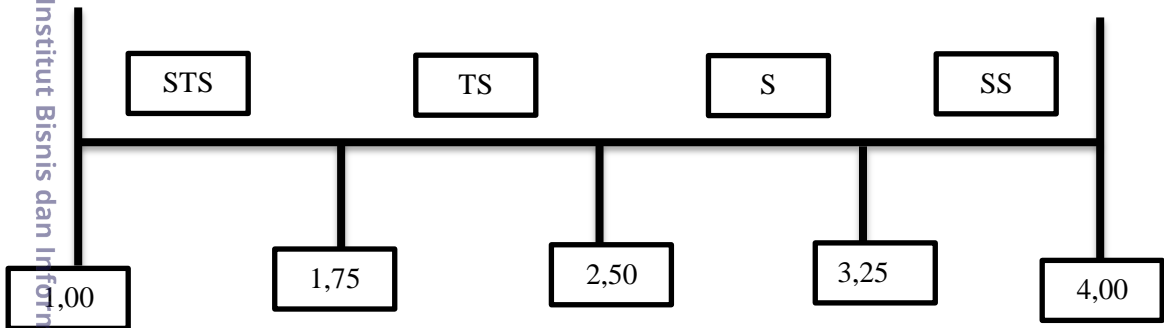
m = banyaknya kategori



Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$R_s = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Tabel 3. 3 Rentang Skala



Keterangan:

- 1,00 – 1,74 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 1,75 – 2,49 = Tidak Setuju (TS)
- 2,50– 3,24 = Setuju (S)
- 3,25 – 4,00 = Sangat Setuju (SS)

2. Uji Kuesioner

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016:52), uji validitas dipakai untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner

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

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus korelasi Product Moment sebagai berikut:

Keterangan:

r = Korelasi product moment

n = Jumlah responden

X = Data jawaban responden tiap item

Y = Data total jawaban tiap item setelah dikurangi data X pasangannya

3. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47), reliabilitas ialah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal ketika jawaban seseorang terhadap pernyataan merupakan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Nunnally dalam Ghazali (2016:48), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Cronbach Alpha's > 0,70. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha sebagai berikut:

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pertanyaan

σt^2 = varians total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir



Rumus varians total yang digunakan:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

X = nilai skor yang dipilih

n = jumlah responden

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan metode menguji model persamaan regresi dengan tujuan mengetahui apakah model persamaan regresi linear berganda tersebut layak dipakai atas variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian dan bebas dari gejala heterokedastitas, multikolinearitas, dan autokorelasi. Terdapat empat uji asumsi klasik yang sering digunakan, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedasitas, dan uji autokorelasi. Uji Autokorelasi tidak digunakan dalam penelitian ini karena data bersifat cross-sectional.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154), uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik adalah residual yang memiliki distribusi normal. Uji



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 mengemukakan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.



normalitas dapat dilakukan dengan uji Kolmogorov- Sminov. Uji tersebut dilakukan dengan membuat hipotesis:

1. H_0 : Data residual berdistribusi normal
2. H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Dilakukan pengambilan keputusan untuk uji normalitas:

- (1) Jika probabilitas < 0.05 berarti data residual berdistribusi tidak normal.
- (2) Jika probabilitas > 0.05 berarti data residual berdistribusi normal.

a. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103), uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance atau VIF (Variance Inflation Factor). Kriteria untuk bebas multikolinearitas adalah nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 .

Jika nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 , maka tidak terdapat multikolinearitas.

Jika nilai tolerance < 0.10 atau nilai VIF ≥ 10 , maka terdapat multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke



pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, tetapi untuk varians yang berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang

homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika probabilitas > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Jika probabilitas < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi linear Berganda

Menurut Ghozali (2016:94), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Adapun, persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

Y = variabel keputusan pembelian

α = konstanta

X₁ = variabel promosi di media sosial Instagram

X₂ = variabel citra merk

β_1, β_2 = koefisien regresi

ε = term of error

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96), uji F dipakai dalam menguji kesesuaian signifikansi apakah terjadinya kesesuaian sebuah variable terhadap variabel Y, apakah model regresi

Hak Cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mengizinkan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI IKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI IKKG.



penelitian layak atau tidak. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

1. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$

2. $H_a: \text{Paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah model layak digunakan atau tidak adalah:

(1) Jika nilai Sig. F > 0.05 maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.

(2) Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model layak untuk digunakan dalam penelitian.

b. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:97), uji t dipakai dalam menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen.

Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

(1) $H_0: \beta_1 = 0$

$H_a: \beta_1 > 0$

(2) $H_0: \beta_2 = 0$

$H_a: \beta_2 > 0$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

1. Taraf signifikansi / Sig. t ($\alpha = 0.05$)



2. Jika nilai Sig. $t < 0.05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:95), koefisien determinasi dipakai dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen terbatas untuk menjelaskan variabel dependen, sedangkan nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

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