

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang artinya mempunyai sebab dan akibat di antara dua variabel atau lebih dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono, (2019) metode kuantitatif digunakan sebagai landasan pada perumusan masalah, pengembangan hipotesis, pengujian data, pembuatan kesimpulan. Variabel-variabel ini diukur, biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian, sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik, analisis data kuantitatif/statistic memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, sedangkan kausalitas adalah jenis penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab- akibat antar variabel. Penelitian untuk menganalisis fenomena Pengaruh *Celebrity Endorser* (X1) Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Elformula Peeling Solution.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Menurut Sugiyono, (2019) data primer diperoleh dari sumber aslinya atau tidak melalui perantara. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dan kuesioner yang dilakukan pada pengguna Elformula Peeling Solution di Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode Penelitian ini menggunakan metode kuesioner untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk membuktikan hipotesis yang telah ditentukan.

Menurut Sugiyono, (2019) kuesioner adalah instrumen penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan maupun pernyataan yang dirancang untuk mengumpulkan data dari responden. Kuesioner pada penelitian ini dijawab melalui pengukuran skala likert sebagaimana hal tersebut dijelaskan oleh Sugiyono, (2019) skala likert merupakan metode pengukuran yang digunakan dalam sebuah penelitian untuk melihat persepsi terkait kesetujuan atau ketidak setujuan responden. Adapun kriteria penilaian yang digunakan dalam skala likert pada penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 3.1
Instrumen Skala Likert

Poin	Keterangan	Kode
1	Sangat tidak setuju	STS
2	Tidak setuju	TS
3	Cukup Setuju	CS
4	Setuju	S
5	Sangat setuju	SS

Sumber: Sugiyono, (2019)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono, (2019) populasi adalah objek / subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian di Tarik kesimpulannya oleh peneliti. Populasi penelitian dapat dibedakan menjadi populasi dengan jumlah anggota yang sudah diketahui. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Elformula Peeling Solution. Untuk Jumlah dari populasi tidak diketahui dikarenakan konsumen yang menggunakan produk Elformula Peeling Solution sangat sulit diprediksi, tidak ada data yang pasti terkait berapa orang jumlah yang menggunakan produk Elformula Peeling Solution.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono, (2019) Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu. Metode dalam pemilihan sampel adalah proses pengambilan sampel dari sebuah populasi dan metode yang digunakan yaitu non probability sampling dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pemilihan sampel dengan didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu dengan tujuan untuk memberikan informasi yang maksimal. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen produk Elformula Peeling Solution yang telah ditentukan oleh peneliti.

Tabel 3.2 Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1	Pengguna media sosial yang aktif
2	Menggunakan produk Elformula Peeling Solution

Dalam penentuan jumlah sampel menggunakan rumus menurut Hair, et al (2019). Rumus Hair digunakan mengingat populasinya besar dan keterbatasan waktu karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah :

$n = (5 \text{ sampai } 10) \times k$ Keterangan:

n = Jumlah sampel

k = Total Indikator penelitian yang digunakan 5-10 = Rentang tingkat kepercayaan

Maka perhitungan sebagai berikut :

$N = 18 \times 10 = 180$ Responden

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ditetapkan sebesar 180 Responden.

3.5 Variabel Penelitian

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis variabel, yaitu :

1. Variabel bebas atau variabel independen (X)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi. Pada penelitian ini variabel independennya adalah *Celebrity Endorser* (X1) dan Kualitas Produk (X2).

2. Variabel tidak bebas atau variabel dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini variabel dependennya yaitu keputusan pembelian yang di lambangkan dengan Y.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	<i>Celebrity Endorser</i> (X1)	Menurut (Shim, 2016) celebrity endorser adalah menggunakan artis sebagai bintang iklan di media sosial. Tidak hanya itu, selebriti digunakan karena berbagai atribut yang melekat pada dirinya diantaranya daya tarik, talenta dan lain sebagainya.	Dengan menggunakan Celebrity Endorser Elformula Peeling Solution mampu mempengaruhi konsumen dalam membeli produk.	1. Visibility (Visibilitas) 2. Credibility (Kredibilitas) 3. Attractiveness (Daya Tarik) (Wati & Riuan, 2023)	Interval

2	Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk (product quality) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan,keandalan, ketepatan, kemudahan operasi,dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (Kotler and Keller, 2013: 153).	Kemampuan Elformula Peeling Solution dalam memenuhi keinginan kosnumen	1. Kinerja 2. Keistimewaan 3. Keandalan 4. Kesesuaian Dengan Spesifikasi 5. Daya Tahan 6. Estetika (Novianti, 2020)	Interval
3	Keputusan Pembelian (Y)	Sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan untuk membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Kotler(2007) dalam sudrajad (2014)	Proses yang dimulai oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli Elformula Peeling Solution.	1. <i>Product Choice</i> 2. <i>Brand Choice</i> 3. <i>Dealer Choice</i> 4. <i>Purchase Amount</i> 5. <i>Purchase Timing</i> 6. <i>Payment Method</i> (Putra et al., 2025)	Interval

Sumber: Data Diolah, 2025

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

(Ghozali, 2018) Uji validitas adalah proses untuk mengukur apakah suatu instrumen layak digunakan atau tidak. Uji ini dilakukan untuk menentukan apakah kuesioner yang digunakan valid sebagai alat ukur variabel penelitian. Fungsi utama uji validitas adalah menguji sejauh mana instrumen penelitian akurat sebagai alat pengukur. Pada uji validitas menggunakan korelasi *Product Moment Pearson*, instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya, dengan tingkat signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25.

1. Prosedur pengujian

Ho : Instrumen valid

Ha : Instrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan

Ho : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka Instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka Instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

(Ghozali, 2018) menyatakan Reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan pengelolaan yang dibantu oleh SPSS (*Statistical Programand Service Solution*) dengan membandingkan antara Alpha dengan interpretasi nilai r. Uji realibilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai ralpha indeks kolerasi sebagai berikut:

Tabel 3.4 Daftar Interpretasi Koefisien r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Ghozali, (2018)

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

(Ghozali, 2018) menyatakan bahwa Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi 0,05 melalui program SPSS versi 25. Berikut ini prosedur pengujian:

1. Rumusan Hipotesis

Ho: Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila $\text{Sig} < 0.05$ maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila $\text{Sig} > 0.05$ maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

3.8.2 Uji Linieritas Sampel

(Ghozali, 2018) menyatakan bahwa uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier dengan melihat tabel Anova atau sering disebut *Test for Linearity*. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Model regresi berbentuk linear.

Ha : Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka Ho diterima.

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka Ho ditolak

3.8.3 Uji Multikolinieritas

(Ghozali, 2018) menyatakan bahwa Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat di antara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan regresi linear. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinearitas

Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinearitas

2. Jika nilai tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolinearitas

Jika nilai tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinearitas

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Menurut Ghozali, (2018) menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen, yaitu *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_t$$

Keterangan :

Y	: Keputusan Pembelian
a	: Konstanta
β_1, β_2	: Koefisien Regresi Parsial
X_1	: <i>Celebrity Endorser</i>
X_2	: Kualitas Produk
e_t	: Error term / unsur kesalahan

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya (Ghozali, 2018).

1. Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian

H_0 = *Celebrity Endorser* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elformula Peeling Solution.

H_a = *Celebrity Endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elformula Peeling Solution.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

H_0 = Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elformula Peeling Solution.

H_a = Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elformula Peeling Solution.

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka H_0 ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka H_0 diterima

3.10.2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji ini, yang juga dikenal sebagai uji kelayakan model, digunakan untuk menilai apakah model yang diterapkan dalam penelitian dapat dipertimbangkan layak untuk analisis riset yang dilakukan

Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Ho : *Celebrity Endorser* dan Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elformula Peeling Solution.

Ha : *Celebrity Endorser* dan Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elformula Peeling Solution

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis