

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, dalam peneliti ini jenis penelitian yang digunakan yaitu dengan penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas adalah jenis penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antarvariable. (Anwar Sanusi, 2011:14).

Penggunaan metode ini digunakan sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Youtube Vlogger Influence* dan Persepsi Konsumen terhadap minat beli produk Emina di Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini data yang akan digunakan yaitu data primer.

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Jenis data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuisioner yang dibagikan kepada responden.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei, Menurut Anwar Sanusi (2011:105) cara survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tulisan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Skala ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala interval (*interval scale*). Menurut Anwar Sanusi (2011:56) skala interval adalah skala pengukuran yang menyatakan peringkat dan jarak konstruk dari yang diukur. Dengan kata lain, skala interval tidak hanya menyatakan urutan preferensi, tetapi juga mengukur jarak antara pilihan yang satu dengan yang lainnya.

Untuk menyaring terhadap data tersebut, maka disediakan lima alternatif jawaban dengan masing-masing skor sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju
---------------------------	---	---	---	---	---	------------------

Ketentuan skor jawaban :

1. Skor 1 : Sangat tidak setuju (STS)
2. Skor 2 : Tidak setuju (SS)
3. Skor 3 : Netral (N)
4. Skor 4 : Setuju (S)
5. Skor 5 : Sangat setuju (SS)

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Menurut Anwar Sanusi (2011), populasi adalah keseluruhan kesimpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z wanita di Bandar Lampung sebanyak 137.986 orang, berdasarkan data Badan Pusat Statistik Lampung.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, Sugiyono (2017:81). Metode dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

Table 3.1
Kriteria pemilihan Sampel

1. Generasi z wanita yang mengenal/mengetahui produk Emina
2. Generasi z wanita yang mengenal/mengetahui salah satu beauty vlogger .

Penelitian ini menggunakan rumusan menentukan ukuran sampel penelitian, yang dinyatakan oleh *Slovin*. *Slovin* memasukan unsur kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi ini dinyatakan dalam persentase, misalnya 10% (Anwar Sanusi, 2011:101). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1+N\alpha^2)}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

α = Persen Ketidaktelitian Sampel

Berdasarkan rumus tersebut, maka sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}n &= \frac{137.986}{1+(137.986).0,1^2} \\ &= \frac{137.986}{1+(137.986).0.01} \\ &= \frac{137.986}{1+137.986} \\ &= \frac{137.986}{1.380.86} \\ &= 99.9\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 99.9 sampel dan dibulatkan menjadi 100 orang responden.

3.5. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya menurut Sugiyono (2017).

3.5.1. Variabel Independen

Variabel (X) atau independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi penelitian ini adalah *Youtube Vlogger Influence* (X1) Dan Persepsi Konsumen (X2).

3.5.2. Variabel Dependen

Variabel (Y) atau dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini yaitu terhadap Minat Beli produk Emina.

3.6. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian / objek yang diteliti. Secara operasional masing-masing variable dapat di ukur melalui indikator-indikator sebagai berikut/

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Operasional	Indikator	Skala Ukur
Beauty Vlogger (X1)	Menurut Choi dan Behm – Morawitz (2017) Beauty vlogger merupakan influencer kecantikan yang berbagi informasi dan mengajarkan keterampilan tertentu dan menggambarkan bagaimana melakukan sesuatu dengan konten melalui klip video yang kemudian di posting pada media sosial youtube	. influencer kecantikan yang berbagi informasi tentang produk emina dan mengajarkan keterampilan tertentu dan menggambarkan bagaimana melakukan sesuatu dengan konten melalui klip video yang kemudian di posting pada media sosial youtube	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Trustworthiness (Dapat dipercaya).</i> 2. <i>Expertise (Keahlian)</i> 3. <i>Attractiveness (Daya Tarik).</i> 4. <i>Respect (Kualitas dihargai)</i> 5. <i>Similarty (Kesamaan).</i> 	Interval
Persepsi Konsumen (X2)	Menurut Stanton dalam Supranto,(2011) Persepsi dapat diartikan sebagai makna yang kita hubungkan berdasarkan pengalaman masa lampau, rangsangan yang kita terima melalui lima indera	sebagai makna yang kita hubungkan berdasarkan pengalaman masa lampau, rangsangan yang kita terima melalui lima indera	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seleksi (selection). 2. Organisasi (organization). 3. Interpretasi (interpretation) 	Interval
Minat Beli (Y)	Menurut Kotler dan Keller (2016) minat membeli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan dalam menginginkan suatu produk.	Perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih produk Nature Republic.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif 	Interval

3.7. Uji Persyaratan Instrumen

Menurut Anwar Sanusi (2011) uji persyaratan instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Jadi, suatu instrumen yang valid dan reliabel pada waktu tertentu belum tentu valid dan reliabel pada waktu yang lain.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas instrumen digunakan dalam suatu penelitian yang sifatnya kuantitatif maupun penelitian kualitatif agar dapat menunjukkan derajat ketepatan antara fenomena yang terdapat di lapangan dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Adapun kriteria pengujian validitas instrumen sebagai berikut:

1. Ho : Data valid
Ha : Data tidak valid
2. Menentukan nilai probabilitas (sig) pada nilai α sebesar 0,05 (5%)
 - a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
 - b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan menggunakan program SPSS.
4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka dapat disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

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

Keterangan :

r = Korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total item

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat pengukur menunjukkan konsisten hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan dalam waktu bersamaan atau waktu berlainan. Perhitungan reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid (Anwar Sanusi, 2011).

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Keterangan :

α = Koefisien reabilitas alpha

k = Jumlah item

S_j = Varians responden untuk item 1

S_x = Jumlah Varians total

Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya. Adapun prosedur pengujian uji normalitas data dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov adalah sebagai berikut:

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.
 H_a : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal.
2. Apabila $(Sig) > 0,05$ maka H_0 diterima (normal).
Apabila $(Sig) < 0,05$ maka H_a ditolak (tidak normal).
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS.
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan nilai kedua probabilitas $(sig) > 0,05$. Maka dari pengujian data-data pada masing-masing variabel yang diteliti berdistribusi normal.

3.8.2. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul "Korelasi antara", "Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan Test for Linearity pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (Deviation from Linearity) lebih dari 0,05. Prosedur pengujian:

1. H_0 : model regresi berbentuk linier
 H_a : model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas $(Sig) < 0,05$ (Alpha) maka H_0 ditolak
Jika probabilitas $(Sig) > 0,05$ (Alpha) maka H_0 diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 23.0)

4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas ($\text{sig} > 0,05$ atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

3.9. Metode Analisis Data

3.9.1. Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu *Youtube Vlogger Influence* (X_1) dan Persepsi Konsumen (X_2) dan Minat Beli (Y) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20.

Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y	=	Minat Beli
a	=	Konstanta
b_1	=	Koefisien Regresi <i>Youtube Vlogger Influence</i>
b_2	=	Koefisien Regresi Persepsi Konsumen
X_1	=	<i>Youtube Vlogger Influence</i>
X_2	=	Persepsi Konsumen
E	=	Variabel Pengganggu

3.9.2 Uji Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R Square) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R Square yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi, R = Koefisien Korelasi

3.10. Uji Hipotesis

3.10.1. Uji F (Uji Serempak)

Uji F : Pengaruh *Youtube Vlogger Influence* (X1) dan Persepsi Konsumen (X2), Terhadap Minat Beli (Y)

Ho = (X1) *Youtube Vlogger Influence* dan Persepsi Konsumen (X2) tidak berpengaruh terhadap Minat Beli (Y) produk Emina di Bandar Lampung.

Ha = *Youtube Vlogger Influence* (X1) dan Persepsi Konsumen (X2) berpengaruh terhadap Minat Beli (Y) produk Emina di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai sig < alpha maka Ho ditolak dan Ha diterima
 - b. Jika nilai sig > alpha maka Ho diterima dan Ho ditolak
2. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.

3.10.2. Uji t (Uji Parsial)

1. Pengaruh *Youtube Vlogger Influence* (X1) Terhadap Minat Beli (Y)

Ho *Youtube Vlogger Influence* (X1) tidak berpengaruh terhadap minat beli (Y) produk Emina di Bandar Lampung.

Ha = *Youtube Vlogger Influence* (X1) berpengaruh terhadap minat beli (Y) produk Emina di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai > maka Ho ditolak
- b. Jika nilai < maka Ho diterima

2. Pengaruh Persepsi Konsumen (X2) Terhadap Minat Beli (Y)

Ho = Persepsi Konsumen (X2) tidak berpengaruh terhadap minat beli (Y) produk Emina di Bandar Lampung.

Ha = Persepsi Konsumen (X2) berpengaruh terhadap minat beli (Y) produk Emina di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai sig < alpha maka Ho ditolak
- b. Jika nilai sig > alpha maka Ho diterima