

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang dipilih adalah Asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2022) penelitian asosiatif merupakan penelitian untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu pengaruh atau hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Dan jika ada, seberapa eratnya pengaruh atau hubungan serta berarti atau tidaknya pengaruh atau hubungan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X sebagai variabel bebas yaitu *beauty vlogger*, kualitas produk, persepsi harga dan variabel Y yaitu keputusan pembelian sebagai variabel terikat, oleh sebab itu di dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis yang kemudian hasil dari pengujian tersebut akan diinterpretasikan. Metode yang digunakan oleh peneliti pada penelitian tersebut yaitu menggunakan metode kuantitatif.

3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu variabel *beauty vlogger* (X1), kualitas produk (X2) dan persepsi harga (X3). Serta variabel dependen yaitu variabel keputusan pembelian (Y).

Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah individu, yaitu mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan angkatan 2020-2023 yang menggunakan dan yang pernah membeli produk Luxcrime.

Lokasi penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan tepatnya Jl. Pakuan PO BOX 425 Bogor pada mahasiswi FEB Manajemen Angkatan 2020 – 2023.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 jenis yaitu data kualitatif dan kuantitatif.

1. Data Kualitatif

Data yang digunakan dalam bentuk verbal dan bukan dalam bentuk angka. Data yang termasuk kualitatif dalam penelitian ini yaitu meliputi: gambaran umum objek penelitian, kuesioner penelitian.

2. Data Kuantitatif

Data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Dalam penelitian ini data kuantitatif yang diperlukan meliputi: data pertumbuhan industri kosmetik, data top penjualan kosmetik, data brand make up lokal terlaris, data

brand kosmetik lokal paling banyak digunakan, data pengguna media sosial, dan data hasil pra survei.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 yaitu data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini sumber data primer berasal dari penyebaran kuesioner kepada mahasiswi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas pakuan Bogor yang melakukan keputusan pembelian produk Luxcrime.

2. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2022) data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti. Data sekunder juga dapat diartikan sebagai data yang diperoleh dalam bentuk jadi yang telah diproses oleh pihak lain dan biasanya sudah terpublikasi. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah penelitian terdahulu dari jurnal, buku dan literature yang diakses melalui website.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasionalisasi dalam variabel penelitian ialah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022). Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan indikator yang digunakan untuk mengukur dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Selain itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukur dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat.

Adapun variabel beserta operasionalisasinya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
<i>Beauty Vlogger</i> (X1) (Eliza et al., 2018)	Kepercayaan (<i>trussworthiness</i>)	1. Memberikan informasi yang jujur 2. Dapat diandalkan dalam memberikan informasi 3. Review yang diberikan menimbulkan keyakinan	Ordinal

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
	Keahlian (<i>expertise</i>)	- Memiliki pengalaman terhadap produk. - Mahir mengaplikasikan produk dalam video YouTubanya - Memiliki keterampilan dalam bidang kecantikan.	Ordinal
	Daya tarik (<i>attractivness</i>)	- Memiliki cara berkomunikasi yang baik. - Memiliki paras yang cantk - Memiliki keterampilan yang menarik.	Ordinal
Kualitas Produk (X2) (Tjiptono & Diana, 2019)	Kinerja	- Memberikan manfaat sesuai dengan harapan. - Memberikan kenyamanan saat digunakan. - Memberikan keamanan terdaftar BPOM	Ordinal
	Kehandalan	- Memiliki komposisi bahan yang bagus. - Berfungsi dengan baik - Memiliki produk yang aman tidak menimbulkan efek samping.	Ordinal

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
	Fitur	- Memiliki pilihan produk yang banyak - Memiliki packaging yang menarik - Memiliki label kedaluwarsa yang jelas	Ordinal
	Kesesuaian	- Harga sesuai dengan kualitas dan manfaat - Produk sesuai spesifikasi - Bahan-bahan yang digunakan tidak menyebabkan iritasi.	Ordinal
	Daya tahan	- Memiliki masa pakai yang lama - Ketahanan saat digunakan - Ketahanan kemasan produk	Ordinal
	Estetika	- Penampilan produk yang elegan dan simpel. - Pemilihan warna pada kemasan produk. - Memiliki tekstur yang lembut	Ordinal
Persepsi harga (X3) (Kotler & Amstrong, 2019)	Keterjangkauan harga	- Produk memiliki harga yang terjangkau - Harga produk bervariasi - Harga produk sesuai dengan alokasi keuangan untuk wajah.	Ordinal

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	1. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas 2. Harga menyesuaikan kualitas produk . 3. Harga lebih murah dibanding merek lain	Ordinal
	Kesesuaian harga dengan manfaat	1. Harga produk sesuai dengan kebutuhan dan manfaat 2. Harga produk sesuai dengan harapan. 3. Harga yang harus dibayar sepadan dengan hasil	Ordinal
	Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing	1. Harga produk lebih murah dari pada produk lainnya. 2. Membandingkan harga kosmetik yang satu dengan yang lain. 3. Harga produk dapat bersaing dengan produk lain	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler & Keller, 2016)	Pilihan Produk	1. Produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan 2. Memiliki pilihan yang beragam 3. Memiliki tampilan menarik.	Ordinal

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
	Pilihan Merek	1. Membandingkan dengan merek lain 2. Memiliki popularitas merek yang tinggi 3. Membeli produk karena melihat ulasan	Ordinal
	Pilihan Penyalur	1. Kemudahan dalam mendapatkan produk 2. Pembelian dapat dilakukan di toko online 3. Membeli di <i>online store</i> karena persediaan lengkap	Ordinal
	Waktu Pembelian	1. Membeli produk ketika produk sudah habis 2. Membeli produk karena minimal sebulan sekali 3. Membeli karena diskon, cashback dan gratis ongkir	Ordinal
	Jumlah Pembelian	1. Jumlah pembelian produk sesuai dengan keinginan 2. Jumlah pembelian produk sesuai yang dibutuhkan 3. Jumlah pembelian banyak harga lebih murah	Ordinal

Sumber: data diolah, 2024

3.5 Metode Penarikan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2022), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam

penelitian ini adalah Mahasiswi FEB Manajemen Universitas Pakuan Angkatan 2020-2023 yang merupakan pengguna produk Luxcrime.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen Universitas Pakuan angkatan 2020-2023 yang merupakan pengguna atau pernah membeli produk kosmetik Luxcrime dengan jumlah yang tidak diketahui.

Menurut (Sugiyono, 2022) definisi sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga sampel yang benar-benar dapat mewakili (*representatif*) dan dapat menggambarkan populasi sebenarnya.

Dalam menentukan ukuran sampel ini, penulis menggunakan rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui. Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut: dengan tingkat kelonggaran (e) 0,10 atau 10% sebagai batas kesalahan dan kepercayaan sebesar 90%. Adapun rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

e = sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Jadi, jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 100 orang

Menurut (Sugiyono, 2022) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

Dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2022) merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota suatu populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, karena dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*, menurut (Sugiyono, 2022) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, artinya pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah dirumuskan terlebih dahulu oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Mahasiswi Manajemen Angkatan 2020-2023 Universitas Pakuan.
2. Pernah menggunakan dan membeli produk Luxcrime

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi lain dalam suatu penelitian mengenai masalah yang menjadi objek penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, pengumpulan data tersebut dilakukan dengan cara :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dengan cara memberikan kepada responden daftar berisikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai suatu masalah yang akan diteliti. Dengan tujuan untuk mendapatkan data atau informasi dari responden mengenai variabel yang diteliti. Kuesioner akan dibagikan kepada sampel yang menggunakan kosmetik Luxcrime . Pengumpulan data kuesioner yang masuk akan diolah kemudian dilakukan pengukur dengan pembobotan. Mengukur hasil kuesioner yang disebar pada konsumen menggunakan alat ukur pendekatan dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Karateristik Jawaban	Inisial	Skor atau Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : (Sugiyono, 2022)

2. Studi Pustaka

Dalam metode pengumpulan data dengan menggunakan studi kepustakaan, adalah dimana peneliti secara manual mencari, mengumpulkan

sejumlah informasi serta mempelajari buku-buku atau referensi yang berkaitan dengan topik objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data dari *website* resmi, media *online*, jurnal, dan peneliti terdahulu.

3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data

3.7.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu alat ukur. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner tersebut mengungkapkan apa yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. (Sugiyono, 2022) menjelaskan bahwa hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Valid dalam hal ini berarti instrumen tersebut dapat digunakan sebagai pengukuran.

Penelitian ini menggunakan teknik Pearson's *Correlation* pernyataan yang telah dibuat akan diukur melalui pre-test untuk mengetahui hasilnya valid atau tidak. Kuesioner dikatakan valid jika nilai rhitung > rtabel, sedangkan ketika nilai rhitung < rtabel maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner dinyatakan tidak valid.

Jumlah rhitung setiap soal akan dibandingkan dengan rtabel. Menurut Sugiyono (2022), jumlah rtabel dengan 30 sampel dan signifikansi 0,05 dengan nilai $df = 30 - 2 = 28$, sehingga rtabel sebesar 0,361. Pengukuran validitas dilakukan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26 dengan syarat sebagai berikut :

Kaidah keputusan :

1. Pernyataan akan dinyatakan valid jika rhitung > rtabel (0,361)
2. Pernyataan akan dinyatakan tidak valid jika rhitung < rtabel (0,361)

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel *Beauty Vlogger*

Butir	rhitung	rtabel	Keterangan	Kesimpulan
1	0,575	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,512	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,775	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,557	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,538	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,477	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,475	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,434	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,478	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data Primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil uji validitas terhadap *beauty vlogger* yang melibatkan 30 responden dan semua pernyataan pada variabel tersebut dinyatakan valid atau sah karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan	Kesimpulan
1	0,590	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,443	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,407	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,428	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,569	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,595	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,461	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,692	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,556	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,554	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,594	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	0,543	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	0,676	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	0,655	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	0,570	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
16	0,694	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
17	0,688	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
18	0,490	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil uji validitas terhadap kualitas produk yang melibatkan 30 responden dan semua pernyataan pada variabel tersebut dinyatakan valid atau sah karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan	Kesimpulan
1	0,624	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,468	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,650	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,590	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,757	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,487	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,809	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,662	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,732	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan	Kesimpulan
10	0,617	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,658	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	0,701	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil uji validitas terhadap persepsi harga yang melibatkan 30 responden dan semua pernyataan pada variabel tersebut dinyatakan valid atau sah karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan	Kesimpulan
1	0,496	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,415	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,605	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,519	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,447	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,577	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,471	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,400	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,564	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,482	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,477	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	0,389	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	0,505	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	0,483	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	0,415	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
16	0,689	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
17	0,680	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
18	0,493	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil uji validitas terhadap keputusan pembelian yang melibatkan 30 responden dan semua pernyataan pada variabel tersebut dinyatakan valid atau sah karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator yang menunjukkan sejauh mana suatu alat oengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan pada item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu data atau kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan

adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut (Sugiyono, 2022) menyatakan bahwa untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini digunakan teknik analisis formula *Cronbach Alpha*. Adapun uji reliabilitas ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26 dengan memiliki kriteria pengujian reliabilitas yaitu:

1. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka dinyatakan *reliable*.
2. Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka dinyatakan tidak *reliable*.

Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Beauty Vlogger*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.726	9

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap variabel *beauty vlogger* menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* $0,726 > 0,60$. Yang artinya nilai semua butir pernyataan pada variabel *beauty vlogger* dinyatakan reliabel .

Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	18

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap variabel kualitas produk menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* $0,874 > 0,60$. Yang artinya nilai semua butir pernyataan pada variabel kualitas produk dinyatakan reliabel.

Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.876	12

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap variabel persepsi harga menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 0,876 > 0,60. Yang artinya nilai semua butir pernyataan pada variabel persepsi harga dinyatakan reliabel.

Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.762	15

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 0,762 > 0,60. Yang artinya nilai semua butir pernyataan pada variabel keputusan pembelian dinyatakan reliabel.

3.8 Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022) penelitian analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menyajikan suatu hasil penelitian tanpa adanya bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku luas atau generalisasi. Analisis deskriptif alan penelitian ini, bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan objektif mengenai *beauty vlogger*, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Menurut Sugiyono (2022) tanggapan responden dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

STS	TS	KS	S	ST	
0%	20%	40%	60%	80%	100%

Untuk memudahkan interpretasi nilai atas jawaban responden, maka pembagian kategori sebagai berikut:

Tabel 3. 11 Kriteria Interpretasi Hasil

Interval	Keterangan
0% - 20%	Sangat tidak setuju/sangat buruk/sangat rendah
21% - 40%	Tidak setuju/buruk/rendah
41% - 60%	Kurang setuju/cukup
61% - 80%	Setuju/baik/tinggi
81% - 100%	Sangat setuju/sangat baik/sangat tinggi

Sumber : Sugiyono, 2024

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mendapatkan perkiraan yang efisien dan tidak bias sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Pengujian asumsi klasik bertujuan agar tidak terdapat pelanggaran terhadap asumsi-asumsi klasik dari penelitian yang dilakukan. Adapun kriteria persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dengan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Tujuan dari uji normalitas ini adalah guna melihat apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov (KS) dengan memperhatikan nilai Sig. (2 Tailed) $> 0,05$ menurut (Sujarweni, 2015). Kriteria pengujian dilakukan antara lain:

- Apabila (Sig) $> 0,05$ dapat dikatakan data berdistribusi normal.
- Apabila (Sig) $< 0,05$ dapat dikatakan data berdistribusi tidak normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier antara variabel independen (yaitu *Beauty Vlogger* (X1), Kualitas Produk (X2), dan Persepsi Harga (X3)) dalam model regresi. Oleh karena itu, multikolinieritas tidak mengharuskan adanya korelasi antar variabel independen yang digunakan. Apabila terdapat gejala multikolinieritas atau hubungan antara variabel bebas maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut bersifat multikolinieritas.

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya VIF (Variance Inflation Faktor). Adanya multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi apabila nilai tolerance $\leq 0,10$ atau jika melihat nilai VIF ≥ 10 (Ghozali, 2018).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melakukan pengujian apakah di dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual pengamatan satu dengan yang lain. Apabila variance dan residual pengamatan satu ke pengamatan lain tetap, maka homoskedastisitas dan jika berbeda maka dinamakan heteroskedastisitas merupakan model regresi yang baik (Ghozali, 2018).

Untuk menguji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser dengan dilihat dari probabilitas signifikansinya. Uji glejser digunakan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Terjadinya heteroskedastisitas ini jika variabel independen signifikasi secara statistic mempengaruhi variabel begitupun sebaliknya. Jika signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka dapat disimpulkan tidak mengandung heteroskedastisitas. Tetapi, jika berada di bawah 5% atau 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisi regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Regresi linier berganda sangat bermanfaat untuk mendeteksi beberapa variabel yang berelasi dengan variabel yang di uji. Dalam penelitian ini regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *beauty vlogger*, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Model analisis regresi dalam penelitian ini secara matematis ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

X1 = *Beauty vlogger*

X2 = Kualitas produk

X3 = Persepsi harga

α = Konstanta

b1 = Koefisien regresi linier variabel *beauty vlogger*

b2 = Koefisien regresi linier variabel kualitas produk

b3 = Koefisien regresi linier variabel persepsi harga

E = Error

3.8.4 Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji T)

Menurut (Sugiyono, 2022) uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh hubungan antara dua variabel atau lebih secara parsial terhadap variabel dependen. Uji-t bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X1, X2, X3) terhadap variabel dependen (Y) dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan. Uji t dalam penelitian ini dilakukan dengan memakai SPSS versi 26 tahun 2018 dengan pengujian dilakukan 2 arah (*2 tail*) dengan tingkat keyakinan sebesar 95% dan dilakukan uji tingkat signifikan pengaruh hubungan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, dimana tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5% atau 0,05. Hasil uji t ini bisa dilihat dari nilai tabel *ciefficient* kolom sig. Adapun pengujian ini memiliki kriteria tolak ukur sebagai berikut :

1. Bila nilai signifikansi t (p-value) lebih kecil dari 0,05 artinya terdapat keterkaitan pengaruh yang signifikan.
2. Bila nilai signifikansi t (p-value) lebih besar dari 0,05 artinya tidak terdapat keterkaitan pengaruh yang signifikan.

2) Uji Secara Simultan (Uji F)

Menurut (Sugiyono, 2022) uji F pada dasarnya menunjukkan apakah ada pengaruh semua variabel independen (X1, X2, X3) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan Fhitung dan Ftabel. Nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05. Dalam penelitian ini uji f dilakukan dengan bantuan program komputer yaitu SPSS versi 26 tahun 2018. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam Uji f yaitu :

1. Apabila Fhitung lebih besar dari pada Ftabel ($F_{hitung} > F_{tabel}$) atau $Sig < \alpha$, maka H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila Fhitung lebih kecil dari Ftabel ($F_{hitung} < F_{tabel}$) maka H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3) Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2018) Koefisien Determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih, X (bebas) terhadap Y (terikat). Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi yang menyatakan besarnya presentasi perubahan yang bisa diterangkan melalui hubungan Y dan X. Pada penelitian ini perhitungan besarnya koefisien determinasi menggunakan bantuan SPSS versi 26. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus menurut Ghazali (2018) sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD : Koefisien determinasi

r^2 : Koefisien korelasi