

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana pengaruh *Online Review* oleh *beauty vlogger* terhadap minat beli lipstik Purbasari. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variable independen (X) dan variable dependen (Y). Variable independen (X) dalam penelitian ini yaitu *online review*, sedangkan variable dependen (Y) dalam penelitian ini yaitu minat beli. Subjek yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu viewers dari *beauty vlogger* yang telah melakukan *review* produk lipstik Purbasari.

Penelitian ini tidak membutuhkan waktu satu tahun, hanya dalam suatu waktu tertentu saja, sehingga penelitian ini menggunakan *Time Horizon Cross Sectional*.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *online review* oleh *beauty vlogger* dan bagaimana gambaran mengenai minat beli pada lipstik Purbasari. Sedangkan metode verifikatif dalam penelitian ini akan menguji hipotesis pengaruh *online review* oleh *beauty vlogger* terhadap minat beli lipstik Purbasari.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan yang dibuat untuk melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat atau hubungan memengaruhi dan dipengaruhi dari *online review* oleh *beauty vlogger* terhadap minat beli lipstick Purbasari.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Terdapat dua variabel yang dianalisis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah *online review*.
2. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah minat beli.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
1.	Hasil evaluasi produk yang diunduh dalam situs perusahaan atau situs pihak ketiga (Mudambi dan Schuff, 2010).	<i>Usefulness of online reviews</i>	Tingkat kejelasan informasi yang disampaikan oleh <i>beauty vlogger</i> dalam menyampaikan review lipstick Purbasari.	Interval
			Tingkat kemanfaatan review yang disampaikan oleh <i>beauty vlogger</i> .	Interval
		<i>Reviewer expertise</i>	Tingkat kemampuan <i>beauty vlogger</i> dalam menyampaikan review produk lipstick Purbasari.	Interval
			Tingkat pengetahuan <i>beauty vlogger</i> mengenai produk lipstick Purbasari.	Interval
		<i>Timeliness of online reviews</i>	Tingkat aktualitas konten review produk lipstick Purbasari yang disampaikan oleh <i>beauty vlogger</i> .	Interval
		<i>Valence of online reviews</i>	Tingkat penyampaian informasi oleh <i>beauty vlogger</i> mengenai kelebihan produk lipstik Purbasari.	Interval
			Tingkat penyampaian informasi oleh <i>beauty vlogger</i> mengenai kekurangan produk lipstik Purbasari.	Interval

Nisha Celya Noorfadila, 2018

ONLINE REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI LIPSTIK PURBASARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		<i>Comprehensiveness of online reviews</i>	Tingkat kelengkapan informasi mengenai produk lipstik Purbasari yang disampaikan oleh <i>beauty vlogger</i>	Interval
2. Minat Beli Menurut Kotler dan Keller (2016), adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai	Minat transaksional	Tingkat keinginan untuk membeli lipstik Purbasari setelah melihat video review oleh <i>beauty vlogger</i> .	Interval	
	Minat referensial	Tingkat untuk mereferensikan produk lipstick Purbasari kepada orang lain setelah melihat video review oleh <i>beauty vlogger</i> .	Interval	
	Minat preferensial	Tingkat menjadikan produk Purbasari sebagai pilihan utama setelah melihat video review oleh <i>beauty vlogger</i> .	Interval	
	Minat eksploratif	Tingkat <i>viewer</i> dalam mencari informasi mengenai produk Purbasari setelah melihat video review oleh <i>beauty vlogger</i> .	Interval	

akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memiliki kinya.				
---	--	--	--	--

Sumber : Hasil Pengolahan Data oleh Peneliti (2018)

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Sebelum melakukan pengolahan data untuk menjadi sebuah informasi, diperlukan pengumpulan data terlebih dahulu yang berkaitan dengan penelitian. Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden yang pernah menonton video *review* produk lipstik Purbasari di Youtube yang diulas oleh *beauty vlogger* Indonesia.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, karya ilmiah, *website* dan artikel.

Tabel 3. 2
Jenis dan Sumber Data

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Perkembangan pasar industri kosmetik di Indonesia 2010-2017	Sekunder	Website Kumparan

Nisha Celya Noorfadila, 2018

ONLINE REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI LIPSTIK PURBASARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.	Peredaran kosmetik lokal dan impor 2014-2016	Sekunder	Website Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI)
3.	Top brand kategori lipstick 2017	Sekunder	Website Top Brand Award
4.	Daftar <i>beauty vlogger</i> Indonesia di Youtube	Sekunder	Website Youtube
5.	Pra Penelitian pengguna lipstik lokal	Primer	Diolah oleh peneliti
6.	Penelitian	Primer	<i>Viewer</i> dari <i>review</i> lipstik Purbasari di Youtube oleh <i>beauty vlogger</i> Indonesia

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai pengaturan, berbagai sumber dan berbagai cara. Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua teknik pengambilan data yaitu sebagai berikut :

1. Studi literatur, merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti melalui berbagai literatur, karya ilmiah, *website* dan berbagai artikel.
2. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab.

Nisha Celya Noorfadila, 2018

ONLINE REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI LIPSTIK PURBASARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 3. 3
Teknik Pengumpulan Data

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Studi literatur	Berbagai literatur, karya ilmiah, website dan artikel yang berhubungan dengan topik penelitian.
2.	Kuesioner	Viewer dari <i>review</i> lipstik Purbasari di Youtube oleh <i>beauty vlogger</i> Indonesia

3.5 Populasi, Sample dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah responden yang telah menonton video *review* lipstik Purbasari yang diulas oleh lima *beauty vlogger* Indonesia yang terdapat dalam daftar *beauty vlogger* Indonesia di Youtube. Berikut merupakan daftar lima *beauty vlogger* tersebut beserta jumlah *viewer* dari video *review* lipstik Purbasari:

Tabel 3. 4
Daftar *Beauty Vlogger* berdasarkan Judul Video *Review* dan Jumlah *Viewers*

No.	Nama <i>Beauty Vlogger</i>	Judul Video <i>Review</i>	Jumlah <i>Viewers</i>

1.	Linda Kayhz	1. "Review Purbasari Matte Lipstick" 2. "Review Purbasari Hi Matte Lip Cream"	1. 1.200.000 viewers 2. 408.000 viewers
2.	Abel Cantika	1. "One Brand Makeup Tutorial Purbasari + Review Purbasari Hi Matte Lipcream"	1. 257.000 viewers
3.	Rachel Goddard	1. "Review Purbasari Matte Lipstick" 2. "Review Purbasari Hi Matte Lip Cream"	1. 563.000 viewers 2. 495.000 viewers
4.	Suhay Salim	1. "Review Purbasari Hi Matte Lip Cream"	1. 490.000 viewers
5.	Tasya Farasya	1. "One Brand Makeup Tutorial Purbasari + Review"	1. 310.000 viewers

Sumber: youtube.com, Maret 2018

Sehingga jika dijumlahkan, jumlah viewer dari kelima beauty vlogger tersebut tercatat sebanyak ±3.723.000 viewers (youtube.com, 2018).

3.5.2 Sampel

Sampel digunakan untuk mempermudah penelitian karena hanya bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut saja yang diambil untuk penelitian. Karena populasi besar dan peneliti

Nisha Celya Noorfadila, 2018

ONLINE REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI LIPSTIK PURBASARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, dikarenakan keterbatasan waktu, biaya serta tenaga yang tersedia, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian dengan menggunakan rumus *slovin* dalam Riduan (2005) dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

n= Jumlah sampel (responden dalam penelitian)

N= Jumlah populasi

d^2 = Nilai presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini, presisi yang ditetapkan sebesar 10%).

Berdasarkan rumus *slovin* maka besarnya sampel dapat diukur sebagai berikut :

$$n = \frac{3.723.000}{(3.723.000 \times (0,1)^2) + 1} = 99,997 \approx 100$$

Berdasarkan penentuan sampel dengan rumus *slovin*, maka diperoleh jumlah sampel (n) sebanyak 100 responden.

3.5.3 Teknik Sampling

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dimana dalam menentukan sampel yang diambil diperlukan karakteristik tertentu yang menjadi pertimbangan dalam menentukan sampel, yaitu perempuan yang mengetahui produk Purbasari dan pernah menonton video *review* lipstick Purbasari yang

Nisha Celya Noorfadila, 2018

ONLINE REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI LIPSTIK PURBASARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

diulas oleh *beauty vlogger* Indonesia. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarluaskan dengan Google Form melalui media sosial Line.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya, meneliti adalah melakukan suatu pengukuran, maka diperlukan suatu alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasa dinamakan dengan instrumen penelitian. Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang diamati.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji keabsahan instrument penelitian yang akan disebarluaskan. Teknik yang akan digunakan peneliti untuk menguji keabsahan instrument penelitian adalah menggunakan teknik korelasi melalui koefisien korelasi *product moment*. Dimana dalam teknik korelasi *product moment* akan mengukur nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total sekaligus akan menghitung persamaan regresi. Rumus korelasi *product moment* dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X
- $\sum Y_i^2$ = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y
- n = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden ditentukan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden peneliti dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).

2. Item pertanyaan-pertanyaan responden peneliti dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas menggunakan SPSS 20.0 for Windows:

Tabel 3. 5
Hasil Pengujian Validitas pada Variabel X (*Online Review*)

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Usefulness of Online Reviews</i>				
1.	Review mengenai produk lipstik Purbasari yang disampaikan oleh <i>beauty vlogger</i>	0,694	0,361	Valid
2.	Review yang disampaikan oleh <i>beauty vlogger</i> membantu anda dalam memilih produk lipstik Purbasari	0,695	0,361	Valid
<i>Reviewer Expertise</i>				
3.	Kemampuan <i>beauty vlogger</i> dalam menyampaikan <i>review</i> produk lipstik Purbasari	0,599	0,361	Valid
4.	Pengetahuan <i>beauty vlogger</i> mengenai produk lipstik Purbasari	0,610	0,361	Valid
<i>Timeliness of Online Reviews</i>				

5.	Tingkat kesesuaian <i>review</i> lipstik Purbasari yang diulas oleh <i>beauty vlogger</i> dengan perkembangan trend lipstik Purbasari itu sendiri	0,752	0,361	Valid
<i>Valence of Online Reviews</i>				
6.	Penyampaian informasi oleh <i>beauty vlogger</i> mengenai kelebihan dari produk lipstik Purbasari	0,817	0,361	Valid
7.	Penyampaian informasi oleh <i>beauty vlogger</i> mengenai kekurangan dari produk lipstik Purbasari	0,509	0,361	Valid
<i>Comprehensiveness of Online Reviews</i>				
8.	Informasi yang disampaikan oleh <i>beauty vlogger</i> mengenai produk lipstik Purbasari (tekstur, warna, harga dan lain-lain)	0,770	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 20.0 for Windows, 2018

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa seluruh butir pernyataan dari setiap indikator pada variabel X (*Online Review*) dinyatakan valid, karena hasil *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

Nisha Celya Noorfadila, 2018

ONLINE REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI LIPSTIK PURBASARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 3. 6
Hasil Pengujian Validitas pada Variabel Y (Minat Beli)

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Minat transaksional				
1.	Minat untuk membeli produk lipstik Purbasari setelah melihat video <i>review</i> lipstik Purbasari oleh <i>beauty vlogger</i>	0,778	0,361	Valid
Minat referensial				
2.	Minat untuk membeli produk lipstik Purbasari setelah melihat video <i>review</i> lipstik Purbasari oleh <i>beauty vlogger</i>	0,732	0,361	Valid
Minat preferensial				
3.	Minat untuk menjadikan produk lipstik Purbasari sebagai pilihan utama anda setelah melihat video <i>review</i> lipstik Purbasari oleh <i>beauty vlogger</i>	0,700	0,361	Valid
Minat eksploratif				
4.	Minat untuk mencari informasi mengenai produk lipstik Purbasari setelah melihat	0,854	0,361	Valid

	video <i>review</i> lipstik Purbasari oleh <i>beauty vlogger</i>			
--	--	--	--	--

Sumber : *Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 20.0 for Windows, 2018*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa seluruh butir pernyataan dari setiap indikator pada variabel Y (Minat Beli) dinyatakan valid, karena hasil r hitung lebih besar daripada r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Selain valid, instrumen dalam penelitian juga harus reliabel atau dapat dipercaya. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Alpha Cronbach (α) dimana merupakan statistik yang sering digunakan untuk menguji reliabilitas dari suatu penelitian. Reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan rumus dibawah ini :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r = Nilai Reliabilitas

k = Banyaknya butiran pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian tiap item

σ^2 = Varian total

Jumlah varian tiap-tiap skor dapat dicari dengan rumus :

$$\sigma^2 t = \frac{\sum x^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

$\sigma^2 t$ = Varian skor tiap item

Nisha Celya Noorfadila, 2018

ONLINE REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI LIPSTIK PURBASARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ΣX^2 = Jumlah kuadrat item X

$(\Sigma X)^2$ = Jumlah item X yang dikuadratkan

N = Jumlah responden

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan-pertanyaan dikatakan reliabel jika r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$)
2. Item pertanyaan-pertanyaan dikatakan tidak reliabel jika r hitung lebih kecil dari r tabel ($r_{hitung} < r_{tabel}$)

Berikut adalah hasil perhitungan uji reliabilitas pada variabel *Online Review* dan Minat Beli :

Tabel 3. 7
Hasil Pengujian Reliabilitas pada Variabel X (*Online Review*) dan Variabel Y (Minat Beli)

No.	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	<i>Online Review</i>	0,866	0,700	Reliabel
2.	Minat Beli	0,894	0,700	Reliabel

Berdasarkan tabel dapat diketahui pengujian reliabilitas instrumen penelitian pada variabel X (*Online Review*) dan Y (Minat Beli) dinyatakan reliabel, karena hasil perhitungan menggunakan rumus Alpha Cronbach diperoleh masing-masing nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Menurut perhitungan reliabilitas dengan bantuan *SPSS 20.0 for Windows* diperoleh nilai Alpha $> 0,700$, yang artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*).

3.7 Analisis Data

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau

Nisha Celya Noorfadila, 2018

ONLINE REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI LIPSTIK PURBASARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menggeneralisasikan. Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan skor variabel X dan variabel Y serta kedudukannya dengan prosedur sebagai berikut :

1. Menentukan jumlah skor kontinum (SK) dengan rumus :

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan :

- SK = Skor kriterium
 ST = Skor tertinggi
 JB = Jumlah butir
 JR = Jumlah responden

2. Membandingkan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil kuesioner dengan rumus :

$$\sum xi = x1 + x2 + x3 + \dots + xn$$

Keterangan :

- $\sum xi$ = Jumlah skor hasil kuesioner variabel X
 $x1-xn$ = Jumlah skor kuesioner masing-masing responden

3. Membuat daerah kategori kontinuum menjadi lima tingkatan, contohnya sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- 1) Menentukan kontinuum tertinggi dan terendah

$$\text{Tinggi : } SK = ST \times JB \times JR$$

$$\text{Rendah : } SK = SR \times JB \times JR$$

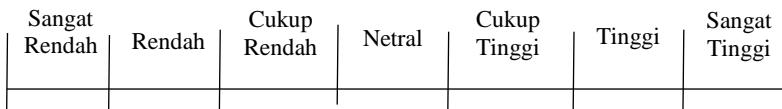
Keterangan :

- ST = Skor tertinggi
 SR = Skor terendah
 JB = Jumlah butir
 JR = Jumlah responden

- 2) Menentukan selisih skor continuum dari setiap tingkatan rumus :

$$R = \frac{Skor\ Kontinuum\ Tinggi - Skor\ Kontinuum\ Rendah}{Jumlah\ Interval}$$

- 3) Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum (S/Skor maksimal x 100%).



**Gambar 3. 1
Garis Kontinuum**

- 4) Membandingkan skor total tiap variabel dengan parameter diatas untuk memperoleh gambaran *Online Review* (X) dan variabel Minat Beli (Y)

3.7.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk membuktikan dan mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini, analisis verifikatif bertujuan untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan *pengaruh online review* oleh *beauty vlogger* terhadap minat beli lipstik Purbasari.

3.7.2.1 Uji Asumsi Normalitas

Dalam melakukan analisis statistika parametrik, data yang dianalisis harus berdistribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normalitas P-Plot, uji Chi Square, Skewness dan Kurtonis atau uji Kolmogorov Smirnov. Dalam penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov Smirnov.

3.7.2.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti, yaitu antara variabel independen terhadap variabel

Nisha Celya Noorfadila, 2018

ONLINE REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI LIPSTIK PURBASARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dependen. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut dengan koefisien korelasi (R). Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih atau juga dapat menentukan arah dari kedua variabel.

Tabel 3. 8
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No.	Nilai Korelasi (R)	Tingkat Hubungan
1.	0,00-0,199	Sangat rendah
2.	0,200-0,399	Rendah
3.	0,400-0,599	Sedang
4	0,600-0,799	Kuat
5.	0,800-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2014

3.7.2.3 Analisis Regresi Sederhana

Sugiyono (2014) menyatakan, regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kasual satu variabel independen dengan satu variabel dependen, dengan persamaan umumnya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksi
- a = Harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)
- b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Jika (+) maka terjadi peningkatan dan jika (-) maka terjadi penurunan.
- X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dihitung dengan rumus :

Nisha Celya Noorfadila, 2018

ONLINE REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI LIPSTIK PURBASARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

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

Harga b dihitung dengan rumus :

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

X mempengaruhi Y jika perubahan nilai X akan menyebabkan perubahan di Y. Artinya, naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun dan menyebabkan nilai Y bervariasi. Tetapi, nilai Y yang bervariasi tersebut tidak hanya disebabkan oleh X saja, namun masih ada faktor lain yang mempengaruhinya. Untuk menghitung besarnya pengaruh variabel X terhadap naik turunnya nilai Y dapat dihitung menggunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi ;

r^2 = Koefisien korelasi.

3.8 Uji Hipotesis

Langkah terakhir dalam melakukan analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *online review* (X), sedangkan variabel dependennya yaitu minat beli (Y).

Dalam penelitian ini, penulis membuat rancangan sementara atau penetapan hipotesis. Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh dari *online review* terhadap minat beli. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H0 : Tidak terdapat pengaruh dari *online review* terhadap minat beli
 H1 : Terdapat pengaruh dari *online review* terhadap minat beli

Nisha Celya Noorfadila, 2018

ONLINE REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI LIPSTIK PURBASARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan pada statistik dan hipotesis penelitian diatas, maka penulis menetapkan dua hipotesis yang digunakan untuk uji statistiknya yaitu hipotesis nol (H_0) yang diformulasikan untuk ditolak dan hipotesis kerja (H_1) yaitu hipotesis penulis yang diformulasikan untuk diterima, dengan rumus sebagai berikut :

$H_0 : r = 0$, *online review* (X) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli (Y)

$H_1 : r \neq 0$, *online review* (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli (Y)

Untuk mengetahui ditolak atau tidaknya dapat dinyatakan dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak; H_1 diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima; H_1 ditolak.

Hipotesis dalam penelitian ini di uji agar dapat diterima dengan rumus uji t sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Statistik uji korelasi

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = Banyaknya sampel dalam penelitian