

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian yang baik serta dapat dipertanggungjawabkan merupakan penelitian yang memiliki kejelasan mengenai objek yang diteliti, subjek yang diteliti, cara penelitian yang akan dilakukan, waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian dan juga hal lainnya yang dapat menunjang data dari penelitian tersebut.

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menguji bagaimana pengaruh *Beauty Vlogger* attribute pada YouTube terhadap minat beli. Penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas (*independent variable*), yaitu *Beauty Vlogger attribute* pada YouTube yang terdiri dari 3 (tiga) dimensi, diantaranya *trustworthiness*, *Expertise*, dan *Attractiveness*. Serta satu variabel terikat (*dependent variable*), yaitu minat beli yang terdiri dari 4 (empat) dimensi, diantaranya minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, minat eksploratif. Adapun subjek penelitian ini adalah pada produk lipstik Viva. Alasan memilih subjek penelitian tersebut adalah menurunnya minat beli pada lipstik Viva, meskipun perusahaan sudah berdiri sejak lama, dan berusaha memasarkan produk melalui berbagai cara. Responden yang akan diteliti adalah *viewers* dari *Beauty Vlogger* Fatya Biya yang telah mengulas produk lipstik Viva melalui *channel* YouTube nya. Responden ini dipilih karena dinilai lebih merasakan dan berpengalaman mengenai efek dari penggunaan *Beauty Vlogger* pada YouTube. Dari alasan tersebut saya ingin mengetahui apakah dengan adanya *Beauty Vlogger* dapat mempengaruhi minat beli konsumen atau tidak.

Penelitian ini dilakukan menggunakan *time horizon cross-sectional*, karena penelitian ini tidak membutuhkan waktu satu tahun, hanya dilakukan dengan waktu sekali saja.

3.2 Metode dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dan verikatif. Menurut (Sugiyono, 2016) metode penelitian deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya

pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan itu sendiri dan mencari hubungan variabel lain. Melalui jenis penelitian deskriptif ini dapat diperoleh, yaitu gambaran dari *Beauty Vlogger Attribute* pada Youtube yang meliputi *Trustworthiness*, *Expertise*, dan *Attractiveness*, juga gambaran minat beli yang meliputi minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Sedangkan penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran data yang diperoleh dilapangan yang telah dikumpulkan. Penelitian ini menguji hubungan antara *Beauty Vlogger Attribute* dengan minat beli.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Untuk persiapan pengolahan data, maka dibuat panduan operasional variabel, yang didalamnya membuat variabel *Beauty Vlogger Attribute* pada YouTube dan minat beli yang akan dijadikan sebagai acuan kuesioner beserta indikator-indikator yang terkait, yang dijelaskan dalam bentuk Tabel 3.1

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
1	<i>Beauty Vlogger Attribute</i> (X) Seseorang yang membuat konten kecantikan serta berbagi informasi, cerita pengalaman sendiri yang berhubungan dengan kecantikan berupa video yang diunggah ke YouTube. (Choi dan Lee, 2019)	<i>Trustworthiness</i>	Tingkat ketulusan <i>Beauty Vlogger</i> dalam menyampaikan ulasan lipstik Viva	Interval
			Tingkat kejujuran <i>Beauty Vlogger</i> dalam menyampaikan ulasan lipstik Viva	Interval
			Tingkat kepercayaan terhadap <i>Beauty Vlogger</i> dalam menyampaikan ulasan suatu produk	Interval

No	Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
		<i>Expertise</i>	wawasan yang dimiliki <i>Beauty Vlogger</i> mengenai produk yang diulas	Interval
			memiliki pengalaman dalam bidang kecantikan	Interval
			keterampilan yang dimiliki <i>Beauty Vlogger</i> dalam membuat konten vlog	Interval
			kemampuan <i>Beauty Vlogger</i> dalam menyampaikan informasi pada suatu produk	Interval
		<i>Attractiveness</i>	Daya tarik fisik <i>Beauty Vlogger</i> Fatya Biya di Youtube.	Interval
			Daya tarik kepribadian <i>Beauty Vlogger</i> Fatya Biya di Youtube.	Interval
2	Minat Beli (Y) Minat beli adalah suatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, lalu munculah ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul rasa ingin membeli. (Ferdinand, 2006)	Minat Transaksional	Tingkat keinginan untuk membeli lipstik Viva setelah melihat video review oleh <i>Beauty Vlogger</i> .	Interval
	Tingkat keinginan untuk mencoba lipstrik Viva setelah melihat video review oleh <i>Beauty Vlogger</i>		Interval	

No	Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
		Minat Referensial	Tingkat untuk memberitahukan produk lipstik Viva kepada orang lain setelah melihat video review oleh <i>Beauty Vlogger</i>	Interval
			Tingkat merekomendasikan produk lipstik Viva kepada orang lain.	Interval
		Minat Preferensial	Tingkat untuk merekomendasikan produk lipstik Viva sebagai pilihan utama.	Interval
			Tingkat mempertimbangkan untuk membeli lipstik Viva	Interval
		Minat Eksploratif	Tingkat mencari informasi mengenai produk	Interval

3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan hal yang harus diperoleh oleh peneliti sebelum memberikan informasi mengenai penelitiannya dan data bisa didapatkan dari berbagai sumber. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

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

2. Sumber Data Sekunder

Dalam penelitian ini sumber data sekunder diperoleh dari berbagai literature seperti, jurnal-jurnal ilmiah, *website*, artikel maupun sumber lain yang relevan dengan penelitian.

Tabel 3. 2
Jenis dan Sumber Data

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Perkembangan Industri Kosmetik di Indonesia	Sekunder	cci-indonesia
2.	Top Brand Award kategori lipstik 2018	Sekunder	Top brand award
3.	Preferensi Kosmetik konsumen Indonesia	Sekunder	Katadata.co.id
4.	Peringkat pengguna internet	Sekunder	eMarketer
5.	Produk makeup yang paling diminati, dan merek lipstik yang paling diminati	Primer	Pra penelitian

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, data diperoleh dari berbagai sumber seperti artikel, majalah, buku, majalah bisnis yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendukung teori, gambaran, dan konsep yang berguna untuk keperluan penelitian.
2. Kuesioner, data diperoleh dari responden berupa pernyataan atau pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner *online* dengan bantuan Google Docs yang didalamnya terdapat sejumlah pernyataan mengenai Minat Beli terhadap Lipstik Viva yang diulas oleh *beauty vlogger* Indonesia Fatya Biya.

3. Wawancara, data diperoleh dari hasil wawancara terhadap beberapa orang yang pernah menonton video *review* produk lipstik Viva di Youtube yang diulas oleh *beauty vlogger* Fatya Biya

3.5 Populasi, Sample dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang sudah menonton video *review* lipstik Viva yang diulas oleh *Beauty Vlogger* Indonesia yaitu Fatya Biya yang terdapat dalam daftar tabel *Beauty Vlogger* Indonesia di Youtube. Adapun jumlah *viewers* pada video yang di posting oleh Fatya Biya sebanyak 848.584 orang.

Tabel 3. 3
Judul Video dan Jumlah Viewers

No.	Nama <i>Beauty Vlogger</i>	Judul Video <i>Review</i>	Jumlah <i>Viewers</i>
1	Fatya Biya	Lipstik local murah bagus!!! Viva Cosmetic Perfect Matte Lipstik	848.584

3.5.2 Sample

Menurut (Sugiyono, 2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan bersifat representative (mewakili). Jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian dengan menggunakan rumus *slovin*) dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

n= Jumlah sampel (responden dalam penelitian)

N= Jumlah populasi

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

Devia Dwi Lestari, 2019

PENGARUH BEAUTY VLOGGER ATTRIBUTE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK VIVA (SURVEI PADA YOUTUBE VIEWERS FATYA BIYA)

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

Berdasarkan rumus slovin maka besarnya sampel dapat diukur sebagai berikut :

$$n = \frac{848.584}{(848.584 \times (0,1)^2) + 1} = 99,997 \approx 100$$

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 Viva dan pernah menonton video *review* lipstik Viva yang diulas oleh *Beauty Vlogger* Indonesia Fatya Biya. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarakan dengan Google Docs melalui media sosial whatsapp, line, dan instagram. Adapun kriteria-kriteria untuk memehuni pesyaratan sebagai responden yang diperlukan dalam penelitian yaitu :

1. *Viewers* Video Viva *cosmetic perfect matte* lipstik oleh Fatya Biya
2. Berjenis kelamin perempuan
3. Berusia 18-30 tahun

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Untuk mendapatkan data yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian, 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 disebarakan. 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 ($r_{hitung} > r_{tabel}$)
2. item pertanyaan-pertanyaan responden peneliti dikatakan tidak valid jika r hitung lebih kecil dari r tabel ($r_{hitung} < r_{tabel}$)

Tabel 3. 4
Hasil Pengujian Validitas *Beauty Vlogger Atributte (X)*

No.	Pertanyaan	rhitung	rtabel	keterangan
<i>Beauty Vlogger Attibutte</i>				
<i>Trustworthiness (Kepercayaan)</i>				
1.	ketulusan <i>Beauty Vlogger</i> dalam menyampaikan ulasan pada lipstik Viva.	0.614	0.361	Valid
2.	kejujuran beauty vlogger dalam menyampaikan ulasan mengenai lipstik Viva.	0.704	0.361	Valid
3.	kepercayaan terhadap <i>Beauty Vlogger</i> dalam menyampaikan ulasan lipstik Viva.	0.704	0.361	Valid
<i>Expertise (Keahlian)</i>				
4.	wawasan yang dimiliki <i>Beauty Vlogger</i> mengenai lipstik Viva.	0.812	0.361	Valid
5.	Memiliki pengalaman dalam bidang kecantikan.	0.543	0.361	Valid

Devia Dwi Lestari, 2019

PENGARUH BEAUTY VLOGGER ATTRIBUTE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK VIVA (SURVEI PADA YOUTUBE VIEWERS FATYA BIYA)

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

6.	keterampilan yang dimiliki <i>Beauty Vlogger</i> dalam membuat konten vlog	0.691	0.361	Valid
7.	kemampuan <i>Beauty Vlogger</i> dalam menyampaikan informasi pada suatu produk.	0.670	0.361	Valid
<i>Attarctiveness (Daya Tarik)</i>				
8.	Daya tarik fisik seorang <i>Beauty Vlogger</i> pada Youtube.	0.595	0.361	Valid
9.	Daya tarik kepribadian seorang <i>Beauty Vlogger</i> pada Youtube.	0.791	0.361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2019 dengan SPSS 25.0 for Windows

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan dari setisp indikator pada variabel X (*Beauty Vlogger Attibutte*) dinyatakan valid, karena hasil r hitung > r tabel.

Tabel 3. 5
Hasil Pengujian Validitas Minat Beli (Y)

No.	Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Minat Beli				
Minat Transaksional				
1.	Keinginan untuk membeli lipstik Viva. Setelah melihat video review oleh <i>Beauty Vlogger</i> .	0.751	0.361	Valid
2.	Keinginan untuk mencoba lipstrik Viva setelah melihat video review oleh <i>Beauty Vlogger</i> .	0.704	0.361	Valid
Minat Referensial				
3.	Memberitahukan produk lipstik Viva kepada orang lain setelah melihat video review oleh <i>Beauty Vlogger</i> .	0.770	0.361	Valid
4.	Merekomendasikan produk lipstik Viva kepada orang lain.	0.854	0.361	Valid
Minat Preferensial				
5.	Preferensi lipstik Viva sebagai produk pilihan utama.	0.750	0.361	Valid
6.	Mempertimbangkan untuk membeli lipstik Viva.	0.406	0.361	Valid
Minat Eksploratif				
7.	Mencari informasi mengenai produk Viva.	0.825	0.361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2019 dengan SPSS 25.0 for Windows

Berdasarkan Tabel 3.5 dapat diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan dari setisp indikator pada variabel Y (Minat Beli) dinyatakan valid, karena hasil r hitung > r tabel.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan tahap uji validitas, maka tahap selanjutnya yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas dapat digunakan dengan rumus Alpha Cronbach. Koefisien Alpha Cronbach ($C\alpha$) yang merupakan statistik paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian, alternatif jawaban dari setiap pernyataan yang diajukan peneliti berbentuk skala Likert. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas yang dikemukakan oleh (Arikunto, 2010) sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir penyertaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varian butir

σ^2 = Varian total

Butir pertanyaan yang sudah dinyatakan valid dalam uji validitas, ditentukan reabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut: jika nilai (*Cronbach's Alpha*) di atas 0.7 ini berarti kuesioner tersebut telah reliabel dan dapat disebarkan kepada responden untuk dijadikan sebagai instrument penelitian. Butir pertanyaan akan ditentukan reabilitasnya sebagai berikut:

- Jika *Cronbach's Alpha* > 0,700 maka dinyatakan reliabel.
- Jika *Cronbach's Alpha* < 0,700 maka dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 3. 6
Hasil Pengujian Realibilitas Variabel

No.	Variabel	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1.	<i>Beauty Vlogger attribute</i>	0.905	0.700	Reliabel
2.	Minat Beli	0.912	0.700	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data, 2019 dengan SPSS 25.0 for Windows

Berdasarkan tabel 3.6 dapat diketahui pengujian reliabilitas instrumen penelitian pada variabel X (*Beauty Vlogger Attibutte*) dan variabel Y (Minat Beli) dinyatakan reliabel, karena hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha diperoleh masing-masing nilai r hitung > r tabel diperoleh nilai Alpha > 0.700 yang artinya reliabilitas mencukupi.

Devia Dwi Lestari, 2019

PENGARUH BEAUTY VLOGGER ATTRIBUTE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK VIVA (SURVEI PADA YOUTUBE VIEWERS FATYA BIYA)

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

3.7 Analisis Data

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mencari tahu gambaran dari variabel yang diteliti secara mandiri berdasarkan data hasil kuesioner setelah di analisis. Analisis data dengan menggunakan analisis statistik deskriptif kemudian disajikan dalam tabel dan diinterpretasikan. Menurut (Sugiyono, 2016), “Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul tanpa bermaksud untuk menggeneralisasikan”.

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

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

$$\mathbf{SK = ST \times JB \times JR}$$

Keterangan:

SK = skor kriterium

ST = skor tertinggi

JB = jumlah bulir

JR = jumlah responden

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

$$\mathbf{\Sigma xi = x1 + x2 + x3 + \dots + xn}$$

Keterangan:

Σxi = jumlah skor hasil kuesioner variabel X

$x1 - xn$ = jumlah skor kuesioner masing-masing reponden.

3. Membuat daerah kategori kontinum menjadi tiga tingkatan, rendah, sedang, tinggi. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:
 - a. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah.

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

Rendah : $SK = SR \times JB \times JR$

Keterangan:

ST = skor tertinggi

SR = skor terendah

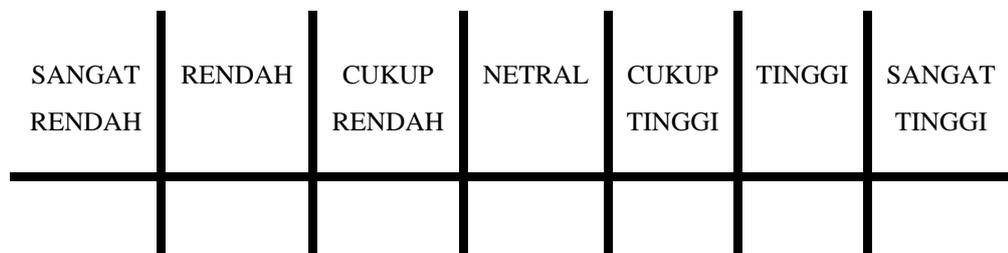
JB = jumlah butir

JR = jumlah responden

- b. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan dengan rumus dibawah ini :

$$R = \frac{\text{Skor Kontinum Tertinggi} - \text{Skor Kontinum Rendah}}{\text{Jumlah Interval}}$$

- c. Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*)



dalam garis kontinum ($S/\text{Skor maksimal} \times 100\%$).

4. Membandingkan skor total tiap variabel dengan parameter di atas untuk memperoleh gambaran *Beauty Vlogger Attribute* (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 Beauty Vlogger Attribute* terhadap minat beli lipstik Viva. Penelitian ini hanya meneliti dua variabel, maka teknik analisa yang digunakan ialah analisis korelasi dan regresi sederhana.

3.7.2.1 Uji Asumsi Normalitas

Dalam melakukan analisis statistika parametris, 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, Skewnes dan Kurtonis atau 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 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. Menurut Sugiyono (2016) untuk dapat memberikan penafsiran kuat rendahnya hubungan pengaruh dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

Tabel 3. 7
Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Tinggi
0.80 – 1.000	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono, 2016

3.7.2.3 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y) Minat beli dapat diprediksikan melalui variabel independen (X) *Beauty Vlogger Attribute*. Teknik analisis ini juga digunakan untuk memutuskan apakah meningkat atau menurunnya variabel independen, atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen atau pun sebaliknya, dengan persamaan umumnya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Devia Dwi Lestari, 2019

PENGARUH BEAUTY VLOGGER ATTRIBUTE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK VIVA (SURVEI PADA YOUTUBE VIEWERS FATYA BIYA)

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

- Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan
- 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 :

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

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 *Beauty Vlogger Attribute* (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 *Beauty Vlogger Attribute* terhadap minat beli. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H0 : Tidak terdapat pengaruh dari *Beauty Vlogger Attribute* terhadap minat beli

H1 : Terdapat pengaruh dari *Beauty Vlogger Attribute* terhadap minat beli

Berdasarkan pada statistik dan hipotesis penelitian diatas, maka penulis menetapkan dua hipotesis yang digunakan untuk uji statistiknya yaitu hipotesis nol (H0) yang diformulasikan untuk ditolak dan hipotesis kerja (H1) yaitu hipotesis penulis yang diformulasikan untuk diterima, dengan rumus sebagai berikut :

H0 : $r = 0$, *Beauty Vlogger Attribute* (X) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli (Y)

H1 : $r \neq 0$, *Beauty Vlogger Attribute* (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli (Y)

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

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 ditolak; H1 diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 diterima; H1 ditolak.