

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Dalam sebuah penelitian terdapat unsur yang disebut variabel. Variabel penelitian merupakan segala ketentuan yang ditetapkan oleh peneliti dan digunakan sebagai bahan pelajaran untuk memperoleh informasi dari suatu penelitian sehingga peneliti dapat menarik sebuah kesimpulan dari penelitian tersebut. (Sugiyono, 2017)

Penelitian ini mengkaji tentang satu variabel *independent* (Variabel Bebas) dan satu variabel *dependent* (Variabel Terikat). Variabel indenpenden adalah variabel yang berpengaruh dan menjadi penyebab terjadinya perubahan ataupun timbulnya variable terikat. Sedangkan variable dependen adalah variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variable bebas. (Sugiyono, 2017) Variable dalam penelitian ini diantaranya *Review Beauty Vlogger* (X) sebagai variabel *independent* atau variabel bebas sedangkan Minat Beli Konsumen (Y) sebagai variabel *dependent* atau variabel terikat.

#### **3.2 Metode dan Desain Penelitian**

##### **3.2.1 Metode Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. dimana penelitian deskriptif bertujuan untuk mendapatkan sebuah gambaran mengenai pengaruh dari *review beauty vlogger* pada minat beli konsumen produk *makeup*. Sedangkan penelitian verifikatif ditujukan untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang telah ditentukan yaitu mengenai pengaruh dari *review beauty vlogger* terhadap minat beli konsumen produk *makeup*.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. *Explanatory survey* merupakan penelitian yang digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel yang diteliti dan juga hubungan antar kedua variabel tersebut melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini dilakukan pada populasi besar maupun kecil, namun data yang diamati adalah data dari sampel populasi tersebut sehingga dapat ditemukan

hubungan antar kedua variabel tersebut dan data dianalisis secara kuantitatif (Sugiyono,2017)

### 3.2.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal. Dimana penelitian kausal ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab dan akibat sehingga bisa didapatkan jawaban atas penelitian yaitu mengetahui pengaruh *Review Beauty Vlogger* terhadap minat beli konsumen produk *makeup* .

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini terdapat dua variabel utama yaitu *review beauty vlogger* sebagai variabel bebas (*independend*) yang diberi lambang X dan Minat Beli Konsumen sebagai variabel terikat (*dependend*) yang diberi lambang Y. Berikut adalah variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini:

Variabel *Independend* (X), yaitu *Review Beauty Vlogger* dengan indikator menurut Priyankara et al., (2017), yaitu:

1. *Likability*
2. *Credibility*
3. *Personality*
4. *Attractiveness*
5. *Expertise*

Variabel *Dependend* (Y), yaitu minat beli konsumen dengan indikator menurut Teng et al., (2007) yaitu:

1. *Intend to Buy*
2. *Consider to Buy*
3. *Expect to Buy*
4. *Plan to Buy*

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>Pernyataan Kuesioner</b>
<p><b>Review Beauty Vlogger</b></p> <p>“Salah satu alat pemasaran yang kuat. Dan merupakan salah satu pendorong penjualan yang paling efektif, bersama dengan kesadaran iklan tanpa bantuan. Beberapa merek telah dibangun hampir secara eksklusif dari mulut ke mulut (Kotler &amp; Keller, 2016; Priyankara et al.,2017)</p>	<i>Likability</i>	Tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen berdasarkan informasi dan <i>review</i> produk yang disampaikan oleh <i>beauty vlogger</i>	Interval	Kepuasan <i>audience</i> terhadap informasi dan <i>review</i> produk yang disampaikan <i>beauty vlogger</i>
		Tingkat kebenaran informasi yang diberikan oleh <i>beauty vlogger</i>	Interval	Informasi yang diberikan oleh <i>beauty vlogger</i> adalah keadaan yang sebenarnya
		Tingkat kepercayaan konsumen kepada <i>beauty vlogger</i>	Interval	<i>Beauty vlogger</i> dapat dipercaya dalam memberikan informasi dan <i>review</i> produk
	<i>Credibility</i>	Tingkat rasa percaya diri <i>beauty vlogger</i> dalam menyampaikan informasi dan <i>review</i> produk	Interval	<i>Beauty vlogger</i> terlihat percaya diri dan tidak ragu dalam menyampaikan informasi
		Tingkat kejujuran <i>beauty vlogger</i> dalam menyampaikan informasi dan <i>review</i> produk	Interval	<i>Beauty vlogger</i> jujur dalam menyampaikan informasi dan <i>review</i> produk
		Tingkat ketulusan <i>beauty vlogger</i> dalam menyampaikan informasi	Interval	<i>Beauty vlogger</i> memperlihatkan rasa tulus dalam menyampaikan informasi dan <i>review</i> produk
	<i>Personality</i>	Tingkat keberanian <i>beauty vlogger</i> dalam menyampaikan informasi dan <i>review</i> produk	Interval	<i>Beauty vlogger</i> memiliki keberanian dalam menyampaikan informasi dan <i>review</i> produk

		Tingkat baik atau tidaknya pandangan <i>audience</i> terhadap kepribadian <i>beauty vlogger</i>	Interval	Kepribadian <i>beauty vlogger</i> dalam pandangan <i>audience</i>
		Tingkat kemampuan yang dimiliki <i>beauty vlogger</i> dalam menyampaikan informasi dan <i>review</i> produk	Interval	<i>Beauty vlogger</i> memiliki kemampuan yang cakap dalam menyampaikan informasi dan <i>review</i> produk
	<i>Attractiveness</i>	Tingkat pandangan konsumen terhadap <i>external outlook</i> dari <i>beauty vlogger</i>	Interval	<i>Beauty vlogger</i> memiliki penampilan luar yang baik dimata <i>audience</i>
		Tingkat keinginan konsumen untuk mendengarkan informasi dari <i>beauty vlogger</i>	Interval	<i>Audience</i> memiliki keinginan dalam mendengarkan informasi yang disampaikan <i>beauty vlogger</i>
		Tingkat kemampuan <i>beauty vlogger</i> dalam menarik perhatian <i>audience</i>	Interval	<i>Beauty vlogger</i> dapat menarik perhatian <i>audience</i>
		Tingkat ketertarikan konsumen atau <i>audience</i> terhadap karakter dari sumber	Interval	<i>Audience</i> memiliki ketertarikan terhadap karakter pribadi <i>beauty vlogger</i>
		<i>Expertise</i>	Tingkat pengetahuan yang dimiliki <i>beauty vlogger</i> berkaitan dengan informasi yang disampaikan	Interval
	Tingkat pengalaman <i>beauty vlogger</i> berkaitan dengan bidang yang berkaitan dengan informasi yang		Interval	<i>Beauty vlogger</i> memiliki pengalaman yang cukup dibidang kecantikan

		disampaikan		
		Tingkat kekuatan <i>beauty vlogger</i> dalam mempengaruhi tindakan dan perilaku <i>audience</i>	Interval	<i>Audience</i> dapat terpengaruh dengan apa yang disampaikan <i>beauty vlogger</i>
<b>Minat Beli Konsumen</b>  Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul karena adanya rangsangan dari sebuah produk yang dilihatnya, dan menimbulkan ketertarikan sampai pada keinginan untuk membeli produk tersebut (Kotler & Keller, 2016; Teng et al.,2007)	<i>Intend to Buy</i>	Tingkat timbulnya niat untuk membeli sebuah produk setelah konsumen melihat dan mengetahui informasi mengenai produk tersebut	Interval	<i>Audience</i> berniat untuk membeli produk kecantikan berdasarkan hasil <i>review</i> dari <i>beauty vlogger</i>
	<i>Consider Buying</i>	Tingkat pertimbangan konsumen untuk membeli sebuah produk berdasarkan informasi yang telah didapatkan	Interval	<i>Audience</i> mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut berdasarkan informasi yang telah didapatkan
	<i>Expect to Buy</i>	Tingkat harapan konsumen untuk membeli produk tersebut	Interval	<i>Audience</i> berharap untuk dapat membeli produk tersebut
	<i>Plan to Buy</i>	Tingkat kecenderungan konsumen untuk melakukan rencana pembelian terhadap suatu produk	Interval	<i>Audience</i> berencana untuk segera membeli produk kecantikan yang telah di <i>review</i> oleh <i>beauty vlogger</i>

### 3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder.

**Tabel 3. 2**  
**Sumber Pengumpulan Data**

No	Sumber Pengumpulan Data
1	Sumber Data Primer yaitu sumber data yang diperoleh langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan <i>viewers</i> dari 5 <i>video review</i> produk <i>makeup</i> yang diunggah selama masa Pandemi.
2	Sumber Data Sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh dari berbagai literature seperti, jurnal-jurnal ilmiah, <i>website</i> , artikel maupun sumber lain yang relevan dengan penelitian

### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah teknik atau cara untuk memperoleh data yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian. Berikut merupakan teknik pengumpulan data yang ada dalam penelitian ini :

**Tabel 3. 3**  
**Teknik Pengumpulan Data**

Instrumen Pengumpulan Data	Proses Pengumpulan Data
Studi Literatur	Data diperoleh dari berbagai sumber seperti artikel, jurnal dan buku yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendukung teori, gambaran, dan konsep yang berguna untuk keperluan penelitian.
Kuisisioner	Data diperoleh dari responden berupa pernyataan atau pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner <i>online</i> dengan bantuan Google Docs yang didalamnya terdapat sejumlah pernyataan mengenai minat beli konsumen setelah melihat <i>review</i> produk <i>makeup</i> oleh <i>beauty vlogger</i> . Dalam penelitian ini, terdapat 5 sampel video review <i>makeup</i> oleh <i>beauty vlogger</i> dengan jumlah populasi (Viewers) yang berbeda. Kuesioner disebar secara online dengan

	memperhatikan proporsi dari responden yang dibutuhkan untuk setiap sampel video.
Wawancara	Data diperoleh dari responden berupa pernyataan atau pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara secara <i>online</i> melalui telpon dan juga media <i>online</i> lainnya.

### 3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.5.1 Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *viewers* dari 5 video yang diunggah selama masa pandemi. yaitu video Everwhite *one brand makeup tutorial*, *review lipstick local Implora*, wardah *one brand makeup review*, *review naked origin lipstick* dan *lipgloss*, dan *review Wardah Lipmousse*. Seluruh *viewers* dari 5 video tersebut berjumlah 1.096.443 *viewers*.

**Tabel 3. 4**  
**Data Viewers Video Review Makeup**

No	Viewers	Jumlah
1.	Naked Origin Lipmatte dan Lipgloss Review	42.143
2.	Everwhite One Brand makeup review	36.703
3.	Wardah Lipmousse Review	288.624
4.	Lipstick local Implora Review	211.813
5.	Wardah one brand makeup review	517.160
<b>Total</b>		1.096.443

Sumber : Data Viewers Channel Youtube Beauty Vlogger, 2020

### 3.5.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi tersebut. Sampel berguna untuk memudahkan penelitian, karena dalam penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti (Sugiyono, 2017). Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini dengan cara menggunakan rumus *slovin* dalam (Sugiyono, 2017) yaitu :

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

Keterangan :

- n = Ukuran sampel (responden dalam penelitian)
- N = Ukuran populasi
- e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan, misalnya (10%)
- 1 = Konstanta

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diperoleh jumlah sampel dari jumlah populasi sebagai berikut :

$$n = \frac{1.096.443}{1 + 1.096.443(0,1)^2} = 99,99 \approx 100$$

### 3.5.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *proportionate stratified random sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel. Teknik ini terdiri dari *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *cluster sampling*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *proportionate stratified random sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi secara acak dan berstrata secara proposional, teknik ini digunakan karena populasi tersebar ke dalam beberapa kelompok. menurut



Riduwan (2009), rumus yang digunakan untuk menghitung proporsi sampel dari tiap tingkatan adalah sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan :

$n_i$  = Anggota sampel pada proporsi ke- $i$

$N_i$  = Populasi ke- $i$

$N$  = Jumlah populasi

$n$  = Jumlah sampel penelitian

Adapun perhitungan proporsi sampel adalah sebagai berikut :

1.  $n_1 = \frac{42.143}{1.096.443} \times 100 = 4$
2.  $n_2 = \frac{36.703}{1.096.443} \times 100 = 4$
3.  $n_3 = \frac{288.624}{1.096.443} \times 100 = 26$
4.  $n_4 = \frac{211.813}{1.096.443} \times 100 = 29$
5.  $n_5 = \frac{517.160}{1.096.443} \times 100 = 47$

**Tabel 3. 5**  
**Tabel Proporsi Sampel Responden Penelitian**

<b>No</b>	<b>Viewers</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Naked Origin Lipmatte dan Lipgloss Review	4
2.	Everwhite One Brand makeup review	4
3.	Wardah Lipmousse Review	26
4.	Lipstick local Implora Review	19
5.	Wardah one brand makeup review	47
<b>Total</b>		100

*Sumber : Hasil Perhitungan Proporsi Sampel, 2020*

### 3.6 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.6.1 Uji Validitas

Pengukuran validitas pada penelitian ini menggunakan rumus *pearson product moment*. Menurut Sugiyono (2017) rumus *pearson product moment* dapat dijabarkan seperti di bawah ini:

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

Keterangan :

$r_{xy}$	=	Koefisien validitas item yang dicari
X	=	Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
Y	=	Skor total
$\sum x$	=	Jumlah nilai variabel X
$\sum y$	=	Jumlah nilai variabel 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 adalah sebagai berikut :

- Butir pertanyaan-pertanyaan responden peneliti dikatakan valid apabila r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ )
- Butir pertanyaan-pertanyaan responden peneliti dikatakan tidak valid apabila r hitung lebih kecil dari r tabel ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ )

**Tabel 3. 6**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel X**  
**(Review Beauty Vlogger)**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<i>Likability</i>				
1.	Kepuasan <i>audience</i> terhadap informasi dan	0,767	0,361	

	<i>review</i> produk yang disampaikan <i>beauty vlogger</i>			Valid
2.	Informasi yang diberikan oleh <i>beauty vlogger</i> adalah keadaan yang sebenarnya	0,752	0,361	Valid
3.	<i>Beauty vlogger</i> dapat dipercaya dalam memberikan informasi dan <i>review</i> produk	0,756	0,361	Valid
<b><i>Credibility</i></b>				
4.	<i>Beauty vlogger</i> terlihat percaya diri dan tidak ragu dalam menyampaikan informasi	0,800	0,361	Valid
5.	<i>Beauty vlogger</i> jujur dalam menyampaikan informasi dan <i>review</i> produk	0,476	0,361	Valid
6.	<i>Beauty vlogger</i> memperlihatkan rasa tulus dalam menyampaikan informasi dan <i>review</i> produk	0,631	0,361	Valid
<b><i>Personality</i></b>				
7.	<i>Beauty vlogger</i> memiliki keberanian dalam menyampaikan informasi dan <i>review</i> produk	0,467	0,361	Valid
8.	Kepribadian <i>beauty vlogger</i> dalam pandangan <i>audience</i>	0,591	0,361	Valid
9.	<i>Beauty vlogger</i> memiliki kemampuan yang cakap dalam menyampaikan informasi dan <i>review</i> produk	0,653	0,361	Valid
<b><i>Attractiveness</i></b>				
10.	<i>Beauty vlogger</i> memperhatikan	0,664	0,361	Valid

	penampilan saat melakukan <i>review</i> produk			
11.	<i>Audience</i> memiliki keinginan dalam mendengarkan informasi yang disampaikan <i>beauty vlogger</i>	0,782	0,361	Valid
12.	<i>Beauty vlogger</i> dapat menarik perhatian <i>audience</i>	0,693	0,361	Valid
13.	<i>Audience</i> memiliki ketertarikan terhadap karakter pribadi <i>beauty vlogger</i>	0,660	0,361	Valid
<i>Expertise</i>				
14.	<i>Beauty vlogger</i> memiliki pengetahuan yang relevan dengan informasi yang disampaikan	0,673	0,361	Valid
15.	<i>Beauty vlogger</i> memiliki pengalaman yang cukup dibidang kecantikan	0,672	0,361	Valid
16	<i>Audience</i> dapat terpengaruh dengan apa yang disampaikan <i>beauty vlogger</i>	0,557	0,361	Valid

*Sumber : Hasil pengolahan data, 2020*

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian *Review Beauty Vlogger* pada Tabel 3.6, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dari pernyataan no. 1 sampai dengan no. 16 dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$

**Tabel 3. 7**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y**  
**(Minat Beli Konsumen)**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<i>Intend To Buy</i>				
1.	<i>Audience</i> berniat untuk membeli produk kecantikan	0,821	0,361	Valid

	berdasarkan hasil review dari beauty vlogger			
<b>Consider Buying</b>				
2.	Audience mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut berdasarkan informasi yang telah didapatkan	0,878	0,361	Valid
<b>Expect to Buy</b>				
3.	Audience berharap untuk dapat membeli produk tersebut	0,837	0,361	Valid
<b>Plan to Buy</b>				
4.	Audience berencana untuk segera membeli produk kecantikan yang telah di review oleh beauty vlogger	0,781	0,361	Valid

*Sumber : Hasil pengolahan data, 2020*

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian Minat Beli Konsumen pada Tabel 3.7, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dari pernyataan no. 1 sampai dengan no. 4 dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

“Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner” (Sujarweni, 2015). Pengujian realibilitas pada penelitian ini menggunakan rumus *alpha Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* ( $C_{\alpha}$ ) adalah statistik yang sering digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Instrumen penelitian di indikasikan memiliki tingkat reliabilitas yang

memadai apabila koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,700. Rumus untuk mengukur reliabilitas yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan

r	=	Reliabilitas instrumen
k	=	Banyaknya butiran pertanyaan atau banyaknya soal
$\sum \sigma_t^2$	=	Jumlah varians butiran
$\sigma_x^2$	=	Varian total

Jumlah varian tiap skor dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

$\sigma^2$	=	Harga varians total
$\sum x^2$	=	Jumlah kuadrat skor total
$(\sum x)^2$	=	Jumlah kuadrat dari jumlah skor total
N	=	Jumlah responden

Keputusan Uji Reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pertanyaan dikatakan reliabel.
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berikut adalah hasil perhitungan uji reliabilitas pada variabel *Review Beauty Vlogger* dan *Minat Beli Konsumen*

**Tabel 3. 8**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel *Review Beauty Vlogger* dan Variabel**  
**Minat Beli Konsumen**

No	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	<i>Review Beauty Vlogger</i>	0,915	0,700	Reliabel
2.	Minat Beli Konsumen	0,844	0.700	Reliabel

*Sumber : Hasil pengolahan data, 2020*

Hasil pengujian pada Tabel 3.8, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas instrumen penelitian variabel X dan Y dinyatakan reliabel, dikarenakan masing – masing nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Menurut hasil perhitungan reliabilitas yang dibantu oleh *SPSS 23.0 for windows* diperoleh nilai Alpha  $> 0,700$ , artinya reliabilitas memadai atau mencukupi (*sufficient reliability*).

### 3.7 Rancangan Analisis Data

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran mengenai variabel yang diteliti secara mandiri berdasarkan data hasil kuesioner setelah di analisis. Analisis data deskriptif ini kemudian disajikan dalam tabel dimana tabel di *cross* tabulasi untuk kemudian di interpretasikan.

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

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

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

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 kontinum menjadi lima tingkatan, misalnya sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

Langkah-langkah adalah sebagai berikut :

a. Menentukan kontinum 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

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 *Review Beauty Vlogger* (X) dan variabel Minat Beli Konsumen (Y).

### 3.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah analisis yang dilakukan untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang di ajukan. Yaitu mengetahui apakah *Review Beauty*



*Vlogger* memiliki pengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada produk *makeup*. Penelitian ini hanya meneliti dua variabel maka teknik analisa yang digunakan ialah analisis korelasi dan regresi sederhana.

### 3.8 Uji Asumsi Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P-Plot, uji Chi Square, Skewnes, dan Kurtonis atau uji Kolmogorov Smirnov.

### 3.9 Analisis Korelasi

Analisis korelasi ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017) untuk dapat memberikan penafsiran kuat rendahnya hubungan pengaruh dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

**Tabel 3. 9**  
**Koefisien Korelasi**

<b>Interval Korelasi</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Tinggi
0,800-1,000	Sangat Tinggi

*Sumber : Sugiyono (2017)*

### 3.10 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel *dependen* (Y) minat beli dapat diprediksikan melalui variabel *independen* (X) *Review beauty vlogger*. Teknik analisis ini juga digunakan untuk memutuskan apakah meningkat atau menurun nya variabel independen, atau untuk meningkatkan keadaan variabel *dependen* dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel *independen* atau pun sebaliknya.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

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*. Bila b (+) maka naik, dan (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dihitung dengan rumus :

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

Sedangkan harga b dihitung dengan rumus :

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

X dikatakan mempengaruhi Y jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan di Y. Artinya naik turun nya X akan membuat nilai Y juga naik turundan dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya. Untuk menghitung besarnya pengaruh variable X terhadap naik turunnya nilai Y dapat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien korelasi

### 3.11 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini dilakukan guna untuk mengetahui hubungan antar kedua variabel. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *independen* yaitu *Review Beauty Vlogger* (X), sedangkan variabel *dependen* nya yaitu Minat Beli (Y).

Hipotesis yang digunakan untuk uji statistiknya yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ) yang diformulasikan untuk ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yaitu hipotesis yang diformulasikan untuk diterima, dengan perumusan sebagai berikut :

$H_0 : \rho = 0$ , *Review Beauty Vlogger (X)* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli (Y)

$H_1 : \rho \neq 0$ , *Review Beauty Vlogger (X)* memiliki pengaruh yang 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