

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh online review oleh beauty vlogger terhadap minat beli lipstik Mirabella. Terdapat dua variabel yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah *online review*, sementara variabel dependen (Y) adalah minat beli. Subyek penelitian ini adalah penonton dari beauty vlogger Suhay Salim yang telah melakukan ulasan terhadap produk lipstik Mirabella.

Penelitian ini menggunakan metode Time Horizon Cross Sectional karena melibatkan pengumpulan data dalam suatu waktu tertentu yang kurang dari satu tahun.

3.2 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif survey, yaitu penelitian yang dimana analisisnya menekankan pada data-data numerical (angka) yang kemudian diolah menggunakan metoda statistika.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif yaitu sebuah metode yang digunakan untuk menemukan jawaban dari berbagai rumusan masalah yang saling berhubungan dengan pertanyaan terhadap kebenaran satu variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Sedangkan penelitian verifikatif yaitu sebuah metode yang digunakan melalui perbandingan satu variabel maupun lebih pada sampel yang berbeda maupun pada waktu yang berbeda serta menguji kebenarannya (Sugiyono, 2014).

Metode deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang *online review* yang dilakukan oleh *beauty vlogger* Suhay Salim, serta untuk memahami gambaran mengenai minat beli terkait lipstik Mirabella.

Metode verifikatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh *online review* yang dilakukan oleh *beauty vlogger* Suhay Salim terhadap minat beli lipstick Mirabella.

Penelitian ini menggunakan desain kausalitas. Desain penelitian, sesuai dengan definisi yang dikemukakan oleh Sekaran (2017), merujuk pada rencana yang meliputi pengumpulan, pengukuran, dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dalam studi ini. Desain kausalitas yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat atau hubungan saling mempengaruhi antara *online review* yang dilakukan oleh *beauty vlogger* dengan minat beli terhadap lipstick Mirabella.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang dianalisis, yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen adalah *online review* oleh *beauty vlogger* (X), sedangkan variabel dependen adalah minat beli (Y). Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat ditemukan pada Tabel 3.1 di bawah ini:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Online Review</i> (X) Proksi yang baik untuk keseluruhan WOM sudah mapan dan terbukti memengaruhi keputusan pembelian konsumen, kepuasan pelanggan, serta penjualan.	<i>Usefulness of online reviews</i> (X ₁) Sejauh mana manfaat <i>online reviews</i> akan memudahkan konsumen dalam proses pengambilan keputusan.	Tingkat kejelasan informasi yang disampaikan oleh <i>beauty vlogger</i> dalam menyampaikan review lipstick Mirabella. Tingkat kemanfaatan review yang disampaikan oleh <i>beauty vlogger</i> .	Interval
	<i>Reviewer expertise</i> (X ₂) Konsumen akan cenderung	Tingkat kemampuan <i>beauty vlogger</i> dalam menyampaikan review produk lipstick Mirabella.	Interval

(Zhao et al., 2015)	mengidentifikasi para ahli dan mengikutinya dalam proses minat beli untuk melakukan pemesanan.	Tingkat pengetahuan beauty vlogger mengenai produk lipstik Mirabella.	
	<i>Timeliness of online reviews</i> (X ₃) Informasi yang tersusun dalam suatu rangkaian waktu yang berbeda-beda.	Tingkat aktualitas konten review produk lipstik Mirabella yang disampaikan oleh beauty vlogger.	Interval
	<i>Valence of online reviews</i> (X ₄) Kekuatan pesan yang diberikan di dalam suatu <i>online reviews</i> yang terbagi pada 2 kategori, yaitu pesan yang memuat pada hal positif (<i>benefit gain</i>) dan pesan yang berfokus pada hal yang negatif (<i>benefit lost</i>).	Tingkat penyampaian informasi oleh beauty vlogger mengenai kelebihan produk lipstik Mirabella.	Interval
		Tingkat penyampaian informasi oleh beauty vlogger mengenai kekurangan produk lipstik Mirabella.	
<i>Comprehensiveness of online reviews</i> (X ₅) Kelengkapan yang ada di dalam <i>online review</i> memiliki hubungan dengan rekomendasi <i>online review</i> itu sendiri dan merupakan keunggulan untuk dapat mengukur seberapa detail dan lengkapnya suatu <i>review</i> .	Tingkat kelengkapan informasi mengenai produk lipstik Mirabella yang disampaikan oleh beauty vlogger.	Interval	

Minat Beli (Y) Keinginan konsumen untuk membeli produk tertentu pada waktu tertentu atau dalam situasi tertentu. (Liang Ma et al., 2020)	<i>Consideration to Buy</i> (Y ₁) Kecenderungan individu untuk membeli suatu produk dengan mempertimbangkannya terlebih dahulu.	Tingkat pertimbangan untuk membeli lipstik Mirabella setelah melihat video review oleh beauty vlogger.	Interval
	<i>Possibility to Buy</i> (Y ₂) Kecenderungan individu untuk menjadikan suatu hal dapat terjadi yaitu dengan membeli produk tersebut.	Tingkat kemungkinan viewer untuk membeli produk lipstik Mirabella setelah melihat video review oleh beauty vlogger.	Interval
	<i>Transactional Interest</i> (Y ₃) Minat yang menggambarkan perilaku individu yang memiliki ketertarikan untuk membeli pada merek tersebut ketika memerlukan salah satu produknya.	Tingkat minat viewer untuk membeli merek Mirabella pada saat memerlukan produk lipstik setelah melihat video review oleh beauty vlogger.	Interval
	<i>Need to Buy</i> (Y ₄) Minat yang menggambarkan perilaku individu untuk membeli suatu produk hanya ketika membutuhkannya.	Tingkat minat viewer untuk membeli lipstik Mirabella saat membutuhkan setelah melihat video review oleh beauty vlogger.	Interval

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Metode kuantitatif adalah jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang didapatkan berdasarkan data konkret yang dinyatakan dalam suatu bilangan (Sugiyono, 2018;13). Data primer dan sekunder merupakan data yang dipilih untuk penelitian ini. Terdapat dua sumber data yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer

Responden *viewer* video produk lipstik Mirabella di Youtube yang diulas oleh *beauty vlogger* Suhay Salim dan belum pernah melakukan pembelian produk lipstik Mirabella merupakan sumber data primer dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder

Sumber-sumber yang ditemukan sebagai dukungan data sekunder tidak ditemukan secara langsung melalui pengumpulan data di lapangan, tetapi diperoleh melalui berbagai sumber literatur, karya ilmiah, website dan artikel.

Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Perhitungan pasar industri kosmetik di Indonesia 2010-2023	Sekunder	Website Techno Business
2.	Top brand kategori lipstik 2022	Sekunder	Website Top Brand Award
3.	Data penggunaan sosial media di Indonesia	Sekunder	Website Katadata.co.id
4.	Daftar beauty vlogger Indonesia di Youtube yang Pernah Melakukan Review Lipstik Mirabella	Sekunder	Website Youtube
5.	Pra Penelitian preferensi kosmetik konsumen Indonesia	Primer	Kuesioner pra-penelitian

6.	Pra Penelitian pengguna lipstik lokal	Primer	Kuesioner pra-penelitian
7.	Penelitian mengenai gambaran pengaruh <i>online review</i> oleh <i>beauty vlogger</i> terhadap minat beli lipstik Mirabella	Primer	<i>Viewer</i> dari <i>review</i> lipstik Mirabella di Youtube oleh <i>beauty vlogger</i> Suhay Salim

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk mengambil dan memperoleh data primer. Pada penelitian ini penulis melakukan 2 teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Studi Literatur

Teknik ini melakukan sebuah kegiatan pengumpulan data yang relevan sesuai dengan masalah yang diteliti dari berbagai macam teori-teori yang dapat diperoleh dari sumber seperti artikel, buku, jurnal, dan *website*.

2. Kuesioner

Penyebaran kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden. Kuesioner ini dapat disebar melalui online untuk memudahkan peneliti dalam penyebarannya dengan menggunakan fitur Google Form yang terdapat kumpulan pertanyaan mengenai *online review* oleh *beauty vlogger* Suhay Salim terhadap minat beli konsumen pada produk Mirabella.

Tabel 3. 3 Teknik Pengumpulan Data

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Studi Literatur	Berbagai sumber literatur, publikasi ilmiah, situs web dan artikel yang relevan dengan topik penelitian.
2.	Kuisisioner	Viewer dari review lipstik Mirabella di Youtube oleh <i>beauty vlogger</i> Suhay Salim dan belum pernah melakukan pembelian produk lipstik Mirabella

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Objek atau subjek dalam penelitian ini adalah area generalisasi yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya merupakan pengertian dari populasi (Sugiyono, 2019:126). Sasaran populasi dalam penelitian ini yaitu responden yang telah menonton ulasan lipstik Mirabella oleh *beauty vlogger* Indonesia, Suhay Salim di Youtube. Di bawah ini merupakan jumlah *viewer* dari video review lipstik Mirabella pada Youtube Suhay Salim:

Tabel 3. 4 Jumlah Viewer dari Video Review Lipstik Mirabella pada Youtube Suhay Salim

Nama Beauty Vlogger	Judul Video Review	Jumlah Viewers
Suhay Salim	a. “Mirabella Colorfix Lipsticks Review & Swatches” b. “New Shades!! Mirabella Colorfix Lipstick - Review + Swatches”	a. 244.000 viewers b. 139.000 viewers

Sumber: Youtube.com, Desember 2022

Sehingga jika dijumlahkan total seluruh *viewers* dari ketiga *beauty vlogger* tersebut terhitung sebanyak ± 383.000 *viewers*.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian yang diambil dari populasi yang menjadi sumber data pada penelitian (Sugiyono, (2017:81). Sampel yang diambil dari populasi harus representatif. Dikarenakan populasi dari *viewer* video ulasan lipstik Mirabella terlalu besar, maka dalam penelitian ini diputuskan sebuah jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin (Akdon & Riduwan, 2013) sebagai berikut:

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

Keterangan:

Furi Ayu Nurwendah, 2023

ONLINE REVIEW BEAUTY VLOGGER: BAGAIMANA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI LIPSTIK MIRABELLA? (Survei pada Viewers Youtube Suhay Salim)

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

n = Jumlah sampel (responden dalam penelitian)

N = Jumlah populasi

d^2 = Nilai presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini, presisi yang ditetapkan sebesar 5%).

Berdasarkan rumus slovin maka besarnya sampel dapat diukur sebagai berikut :

$$n = \frac{383.000}{(383 \times (0,05)^2) + 1} = 399,58 \approx 400$$

Jumlah sampel (n) sebanyak 400 responden diperoleh berdasarkan penerapan rumus slovin dalam menentukan sampel.

3.5.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel memiliki keterkaitan yang signifikan dengan populasi atau sampel yang menjadi elemen penting dalam sebuah penelitian. Margono (2004), menjelaskan bahwa teknik pengambilan sampel adalah metode yang digunakan untuk mengestimasi jumlah sampel yang sesuai dengan ukuran sampel yang digunakan sebagai sumber data aktual, dengan mempertimbangkan karakteristik dan distribusi populasi, sehingga diperoleh sampel yang mewakili secara representatif. Terdapat dua teknik sampling yaitu Teknik *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*.

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan non probability dengan metode purposive sampling. Dalam metode ini, sampel dipilih berdasarkan karakteristik khusus yang menjadi pertimbangan peneliti. Dalam hal ini, sampel yang diambil adalah individu yang diasumsikan telah menonton video ulasan *online* lipstik Mirabella oleh *beauty vlogger* Suhay Salim di Youtube, namun belum pernah membeli produk lipstik Mirabella. Penelitian ini menggunakan Google Form dan *social media* untuk penyebaran kuesioner.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Secara prinsip, angket penelitian perlu diuji terlebih dahulu untuk mengevaluasi keefektifan dan kualitas instrumennya. Oleh karena itu, diperlukan

uji instrumen penelitian. Instrumen penelitian adalah perangkat yang dipakai untuk mengukur fenomena yang sedang diobservasi.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur dengan tepat apa yang sebenarnya ingin diukur. Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk menentukan sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat dianggap sah atau valid (Sugiyono, 2019). Validitas sebuah kuesioner dapat dikonfirmasi apabila pernyataan dalam kuesioner tersebut mampu mencerminkan apa yang sedang diukur dalam kuesioner tersebut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, validitas diuji menggunakan rumus korelasi Pearson product-moment. 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

Penentuan keputusan mengenai validitas responden diuji dengan cara 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. 5 Hasil Pengujian Validitas pada Variabel X (*Online Review*)

<i>Online Review (X)</i>

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Usefulness of Online Reviews (X₁)				
1	Informasi yang disampaikan oleh beauty vlogger dalam menyampaikan review produk lipstik Mirabella	0,789	0,361	Valid
2	Informasi yang disampaikan oleh beauty vlogger dalam menyampaikan review produk lipstik Mirabella	0,877	0,361	Valid
Reviewer Expertise (X₂)				
3	Kemampuan beauty vlogger dalam menyampaikan review produk lipstik Mirabella	0,834	0,361	Valid
4	Pengetahuan beauty vlogger mengenai produk lipstik Mirabella	0,715	0,361	Valid
Timeliness of Online Reviews (X₃)				
5	Kesesuaian review lipstik Mirabella yang diulas oleh beauty vlogger dengan perkembangan trend lipstik Mirabella itu sendiri	0,699	0,361	Valid
Valence of Online Reviews (X₄)				
6	Penyampaian informasi oleh beauty vlogger mengenai kelebihan dari produk lipstik Mirabella	0,787	0,361	Valid
7	Penyampaian informasi oleh beauty vlogger mengenai kekurangan dari produk lipstik Mirabella	0,785	0,361	Valid
Comprehensiveness of Online Reviews (X₅)				
8	Informasi yang disampaikan oleh beauty vlogger mengenai produk lipstik Mirabella (tekstur, warna, harga dan lain-lain)	0,697	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SPSS 25.0, 2023

Pada tabel 3.5, uji validitas dilakukan dengan menggunakan responden pada tingkat signifikansi 5%. Hasil dari tabel menunjukkan bahwa nilai r_{tabel} yang diperoleh adalah 0,361. Hasil menunjukkan bahwa semua *item* pertanyaan dalam setiap indikator variabel *online review* (X) dianggap valid karena nilai r_{hitung} melebihi nilai r_{tabel} .

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

Minat Beli (Y)				
No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Consideration to Buy (Y₁)				

9	Pertimbangan untuk membeli lipstik Mirabella setelah melihat video review oleh beauty vlogger	0,789	0,361	Valid
Possibility to Buy (Y₂)				
10	Kemungkinan viewer untuk membeli produk lipstik Mirabella setelah melihat video review oleh beauty vlogger	0,834	0,361	Valid
Transactional Interest (Y₃)				
11	Minat viewer untuk membeli merek Mirabella pada saat memerlukan produk lipstik setelah melihat video review oleh beauty vlogger	0,699	0,361	Valid
Need to Buy (Y₄)				
12	Minat viewer untuk membeli lipstik Mirabella saat membutuhkan setelah melihat video review oleh beauty vlogger	0,787	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SPSS 25.0, 2023

Berdasarkan pada tabel 3.5, uji validitas dengan menggunakan responden dengan tingkat signifikansi 5% maka r_{tabel} yang diperoleh yaitu 0,361. Hasilnya menunjukkan seluruh *item* pertanyaan pada setiap indikator variabel *online review* (X) dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada konsistensi instrumen pengukuran di mana penggunaan yang berulang pada objek yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dalam penelitian ini, akan digunakan rumus alpha Cronbach ($C\alpha$) sebagai metode statistik umum untuk menguji reliabilitas penelitian. Berikut rumus dari alpha Cronbach ($C\alpha$):

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

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:

Furi Ayu Nurwendah, 2023

ONLINE REVIEW BEAUTY VLOGGER: BAGAIMANA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI LIPSTIK MIRABELLA? (Survei pada Viewers Youtube Suhay Salim)

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

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

Keterangan:

σ^2 = Harga varian total

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor total

$(\sum x)^2$ = Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = Jumlah responden

Keputusan pengujian reliabilitas yaitu sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Tabel 3. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Online Review (X)	0.904	Reliabel
2	Minat Beli (Y)	0.861	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SPSS 25.0, 2023

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang tercantum dalam tabel 3.7 diatas, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk variabel X (*online review*) dan variabel Y (*minat beli*) dianggap reliabel. Hal ini disimpulkan karena perhitungan menggunakan rumus Alpha Cronbach menunjukkan bahwa masing-masing nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan analisis reliabilitas menggunakan SPSS 25.0 for Windows, nilai Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,600. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas sudah memadai (*sufficient reliability*).

3.7 Rancangan Analisis Data

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif adalah metode statistik yang digunakan menyampaikan deskripsi atau gambaran terkait subjek penelitian atau variabel-variabel yang akan diteliti, diantaranya untuk mendeskripsikan dibawah ini:

- a. Analisis deskriptif mengenai *Online Review*

b. Analisis deskriptif mengenai minat beli.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan dengan mengolah data kuesioner melalui serangkaian langkah 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. Mengkomparasikan jumlah skor yang diperoleh dari angket dengan jumlah skor kriteria untuk mendapatkan jumlah skor akhir menggunakan rumus:

$$\sum x_1 = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n$$

Keterangan:

X_i = Jumlah skor

$X_1 + x_2$ = Jumlah skor angket masing-masing responden

3. Melakukan pengelompokan daerah kategori kontinu menjadi lima tingkatan dengan menggunakan skala pengukuran yang menggunakan skala *semantic differential*. Sugiyono (2013:139), menjelaskan bahwa skala *semantic differential* adalah metode pengukuran sikap yang tidak berbentuk pilihan ganda atau checklist, melainkan terdiri dari satu garis kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak di sebelah kanan garis, sedangkan jawaban yang sangat negatif terletak di sebelah kiri garis, atau sebaliknya. Contohnya mencakup kategori tingkat sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Berikut adalah langkah-langkahnya:

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 continuum dari setiap tingkatan rumus:

$$r = \frac{\text{Skor Kontinum Tinggi} - \text{Skor Kontinum Rendah}}{\text{Jumlah Interval}}$$

- c) Membuat garis kontinum dan dan menempatkan skor hasil penelitian pada garis tersebut. Selain itu, juga dilakukan perhitungan presentase letak skor hasil penelitian pada garis kontinum dengan menggunakan rumus $S/\text{Skor maksimal} \times 100\%$.

Sangat Rendah	Rendah	Netral	Tinggi	Sangat Tinggi
---------------	--------	--------	--------	---------------

- d) Melakukan perbandingan antara skor total setiap variabel dengan parameter yang telah ditetapkan untuk mendapatkan gambaran mengenai variabel *Online Review* (X) dan variabel Minat Beli (Y)

3.7.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif ini ditunjukkan untuk menguji dan memvalidasi hipotesis nilai variabel. Pada penelitian ini, analisis verifikatif digunakan untuk mengevaluasi hasil penelitian terkait pengaruh *online review* oleh *beauty vlogger* (X) dan minat beli lipstik Mirabella (Y).

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas yaitu suatu teknik pengujian yang bertujuan untuk mengevaluasi distribusi data dalam sekumpulan data atau variabel. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah distribusi data tersebut dapat dianggap normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan beberapa cara, termasuk uji Kolmogorov-Smirnov dan Uji Normal P-Plot dan untuk penelitian ini, peneliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov.

3.8.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang akan diteliti atau untuk memahami sejauh mana kekuatan hubungan pengaruh (Sugiyono, 2014), dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3. 8 Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat Kuat

3.8.3 Analisis Regresi Sederhana

Metode analisis regresi sederhana juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi apakah variabel independen memiliki kemampuan untuk meningkatkan atau mengurangi, serta memperbaiki kondisi variabel dependen dengan meningkatkan atau menurunkan nilai variabel independen. Persamaan umum untuk regresi linier sederhana 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. Bila b (+) maka naik, dan (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Harga a dihitung dengan rumus:

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

Harga b dihitung dengan rumus:

Furi Ayu Nurwendah, 2023

ONLINE REVIEW BEAUTY VLOGGER: BAGAIMANA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI LIPSTIK MIRABELLA? (Survei pada Viewers Youtube Suhay Salim)

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

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

Jika nilai X mengalami perubahan, hal ini berdampak pada perubahan nilai Y. Perubahan nilai X dapat menyebabkan fluktuasi atau pengaruh terhadap nilai Y, sehingga naik atau turunnya X akan berdampak pada naik atau turunnya nilai Y. Oleh karena itu, variasi nilai Y tidak hanya ditentukan oleh X secara langsung, tetapi dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang turut berperan. Untuk mengukur sejauh mana variabel X mempengaruhi perubahan nilai Y, dapat digunakan koefisien determinasi dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

3.8.4 Uji Hipotesis

Sugiyono (2010) menjelaskan bahwa hipotesis adalah jawaban awal terhadap pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan dalam bentuk kalimat. Rancangan uji hipotesis berfungsi untuk mengetahui korelasi atau hubungan antara dua variabel yang diteliti, yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *online review* (X), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat beli (Y).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan desain awal atau merumuskan hipotesis. Hipotesis yang akan diuji dan diuji kebenarannya dalam penelitian ini berkaitan dengan dampak *online review* terhadap minat pembelian. Berikut adalah Hipotesis dalam penelitian ini:

H₀ : $r = 0$, *online review* (X) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli (Y)

H₁ : $r \neq 0$, *online review* (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli (Y)

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

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

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

Hipotesis dalam penelitian ini diuji 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