

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan mengetahui pengaruh celebrity endorser, dan iklan terhadap minat beli sebagai tujuannya pada hipotesis yang diterapkan.

3.2 Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini sifat penelitian yang digunakan adalah penelitian replikasi yang bermaksud sebagai penelitian yang diteliti dengan melakukan adaptasi pada variabel, indikator, objek penelitian atau alat analisis yang sama dengan penelitian sebelumnya.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi tempat penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan aplikasi atau website Lazada yang berada di Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode waktu penelitian ini dilakukan mulai dari September 2021 sampai dengan Februari 2022.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

No	Kegiatan	Periode															
		Oktober 2021				November 2021				Desember 2021				Januari 2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Bimbingan dengan Dosen Pembimbing																
2	Pengajuan Judul																
3	Tinjauan Pustaka																

Lanjutan Tabel 3.1

4	Penyusunan Kuesioner																		
5	Penyebaran Kuesioner																		
6	Analisis dan pengolahan data																		
7	Laporan Akhir																		

Sumber: Peneliti, 2021

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2015: 117) populasi merupakan abstraksi daerah yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan kualitas yang ditetapkan oleh peneliti tertentu, dengan tujuan mengetahui atau mempelajari demi bisa menarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang digunakan jadi objek sebagai populasi adalah konsumen pemakaian aplikasi *e-commerce* Lazada yang berada di Batam. Sehingga populasi yang menggunakan Lazada di Kota Batam sangat banyak sehingga tidak bisa dihitung jumlahnya dan sering ubah, maka dalam penelitian ini populasi tidak diketahui.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut (Syahrums & Salim, 2014: 113) sampel merupakan objek penelitian yang terdapat dari bagian populasi, ada peraturan dalam pengambilan atau penetapan sampel dari populasi, yaitu sampel jadikan representatif sebagai perwakilan terhadap populasinya. Menurut (Sugiyono, 2015: 131 - 134) dalam cara menentukan ukuran sampel dari populasi yang tidak bisa diketahui, dengan menurut rumus Roscoe dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini. Menurut Teori Roscoe mendapatkan saran dalam pengukuran sampel untuk penelitian dengan berikut ini.

1. Pengukuran sampel yang cukup dalam penelitian yaitu antara 30 sampai 500.
2. Apabila sampel ada dibagi dalam bentuk kategori contohnya seperti pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain – lain. Maka setiap jumlah kategori sampel minimal 30.
3. Apabila dalam penelitian memiliki analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda), maka dari jumlah variabel yang diteliti akan dikali minimal 10 kali sebagai jumlah anggota sampel. Contoh variabel penelitian (variabel independen + variabel dependen) ada 5, maka jumlah anggota adalah $5 \times 10 = 50$.
4. Khusus pada penelitian eksperimen sederhana, yang menggunakan kelompok control dan kelompok eksperimen, maka anggota sampel yang masing – masing jumlahnya akan diambil berantara 10 sampai 20.

Terdapat dalam rumus Roscoe dibagian atas maka, dalam penelitian ini memiliki 2 variabel independen dan 1 variabel dependen maka ditambahkan menjadi 3. Selanjtunya 3 variabel dikalikan dengan 10 kali menjadi hasil 30 sampel. Dikarenakan dalam penelitian ini mengikuti panduan UPB (Universitas Putera Batam) dengan minimal 100 populasi sampel, dengan memenuhi panduan UPB jadi dari hasil rumus Roscoe 30 sampel dibulatkan jadi 100 sampel respoenden.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik yang digunakan peneliti untuk mengambil sampel dari populasi yang ada. Teknik sampling yang digunakan

dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *sampling* yaitu *Non-Probability Sampling* dengan menurut (Sugiyono, 2015: 122) mendefinisikan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang bagi setiap anggota populasi yang terpilih dijadikan sampel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *sampling* yaitu *sampling purposive*. Menurut (Sugiyono, 2015: 124) *sampling purposive* merupakan teknik penetapan sampel dengan peninjauan tertentu. Sampel yang bisa diwakili dalam penelitian ini adalah dengan memenuhi kriteria – kriteria dalam penelitian ini dengan sebagai berikut:

1. Konsumen pernah menonton iklan Lazada.
2. Konsumen pernah melakukan pembelian di *e-commerce* Lazada.

3.5 Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2013: 224) teknik pengumpulan data adalah teknik untuk dalam penelitian sebagai pilihan yang sangat strategis, karena penelitian dalam tujuan utama adalah untuk mendapatkan data. Tanpa menggunakan teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak dapat memenuhi standar data yang ditetapkan karena tidak bisa mendapatkan data. Menurut (Sugiyono, 2013: 225) dalam teknik pengumpulan data ada terdapat dua golongan sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan pengumpul data yaitu sebagai peneliti bisa mendapatkan sumber data secara langsung, dan data sekunder merupakan pengumpul data yaitu sebagai peneliti mendapatkan sumber data yang secara tidak langsung.

Menurut (Putu Agung & Yuesti, 2019: 63) data sekunder merupakan data yang didapatkan oleh peneliti lain, dengan melewati data primer yang disusun

menjadi info data yang lebih lanjut dengan bentuk diagram grafik, tabel, dan gambar sehingga data tersebut menjadi lebih bersifat informative kepada peneliti lain.

Menurut (Putu Agung & Yuesti, 2019: 63) data primer merupakan sumber data yang didapatkan oleh peneliti sendiri yang secara langsung. Diamati dan dicatat secara langsung dan menjadi hasil untuk digunakan oleh peneliti sendiri dengan mencari jawaban untuk memecahkan persoalan. Data primer disebut sebagai data asli, bisa melewati pengisian kuesioner, wawancara, atau lain. Seluruh data asli ini akan dijadikan data mentah yang diproses demi tujuan – tujuan untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder sebagai berikut:

1. Data primer dalam penelitian ini diambil dari hasil responden yang telah mengisi setiap pertanyaan yang telah dipersiapkan dalam kuesioner untuk konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di *e-commerce* Lazada.
2. Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari data pengunjung konsumen di *e-commerce* Lazada.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat bantu untuk mengumpulkan data yaitu teknik kuesioner (angket). Menurut (Sugiyono, 2013: 142) kuesioner adalah teknik metode dalam pengumpulan data dari jawaban yang telah diisi oleh responden yang dari pembentukan suatu

pertanyaan seperangkat yang tertulis. Dalam penelitian ini tujuan untuk menggunakan kuesioner sebagai alat bantu pengumpulan data untuk mendapatkan data variabel tentang *celebrity endorser*, iklan, dan minat beli.

Skala pengukuran adalah acuan dengan menentukan pendek atau panjangnya interval yang dalam dalam alat ukur dengan sebagai kesepakatan, sehingga mendapatkan hasil data kuantitatif yang dari alat ukur yang digunakan dalam pengukuran (Sugiyono, 2013: 92). Dalam penelitian ini pengukuran skala data yang digunakan adalah skala *likert*. Menurut (Sugiyono, 2013: 93) skala *likert* merupakan pengukuran nilai skala yang digunakan untuk mengukur, persepsi seseorang, pendapat, sekelompok individu yang terlibat dalam fenomena sosial, dan sikap. Dalam skala *likert* bisa memiliki penilaian skor yang dari setiap jawaban responden dengan menilai sangat positif sampai negatif, dengan keperluan analisis kuantitatif, sehingga setiap jawaban tersebut dapat diberikan nilai skor, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala *Likert*

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral/Ragu – ragu (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2013: 94)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel – variabel mengartikan sebagai pengamatan penelitian dari suatu objek yang dibentuk dari segala sesuatu, yang akan diteliti yang berperan dalam peristiwa yang dari beberapa faktor – faktor (Surahman, Rachmat, & Supardi, 2016: 57). Definisi operasional variabel menurut (Rinaldi Faisal & Mujianto, 2017: 121) adalah variabel yang akan diteliti dengan ada cara pengukuran dan batasan yang tertera dalam kerangka berpikir.

Menurut (Widhi Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016: 42), variabel penelitian secara dasar merupakan pada suatu peneliti yang membentuk suatu bentuk apa saja yang ditetapkan untuk mengetahui, mempelajari dan menganalisis data, untuk tujuan memperoleh informasi dalam hal tersebut yang selanjutnya dapat menarik akhir kesimpulan. Berhubungan dengan penelitian ini, penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen dengan sebagai berikut:

1. Variabel Independen merupakan sebagai variabel *antecedent*, *predictor*, dan *stimulus*, bisa juga dalam bahasa Indonesia disebut variabel bebas. Variabel bebas bisa diartikan sebagai variabel yang timbulnya pengaruh terikat variabel dependen dan bisa mempengaruhi yang perubahannya sebab (Sugiyono, 2015: 60). Dalam penelitian ini terdapat variabel independen yaitu *celebrity endorser* (X_1) dan iklan (X_2).
2. Variabel Dependen merupakan sebagai variabel konsekuen, output, dan kriteria, juga bisa disebut sebagai variabel terikat dalam bahasa Indonesia. Dalam arti variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau karena adanya variabel bebas menjadi timbul akibat (Sugiyono,

2015: 60). Pada penelitian ini terdapat variabel dependen yaitu, minat beli (Y).

Tabel 3.3 Operasional Variabel Independen dan Dependen

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Celebrity Endorser (X ₁)	Tokoh terkenal / <i>public figure</i> yang digunakan sebagai pendukung iklan untuk mendukung produk yang mau diperkenalkan atau promosikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan 2. Keahlian 3. Daya Tarik 4. Menghormati 5. Kesamaan 	Likert
Iklan (X ₂)	Bentuk gambaran atau video untuk menarik konsumen sebagai pengenalan atau mempromosikan brand, layanan, dan produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan informasi 2. Membujuk 3. Mengingat 	Likert
Minat Beli (Y)	Suatu pikiran yang memiliki ketertarikan atau keinginan yang merencanakan dalam melaksanakan pembelian produk atau layanan jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif 	Likert

Sumber: Peneliti, 2021

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu aktivitas yang bisa dilaksanakan jika data dari semua responden telah dapat atau juga mendapatkan dari sumber data lain. Proses Aktivitas dalam analisis data adalah menyusun seluruh data secara berkelompok yang berdasarkan jenis responden dan variabel, dan seluruh data responden yang berdasarkan dimentabulasi, meneliti setiap data variabel yang disajikan, mengisi respon rumusan masalah dengan secara perhitungan, dan menguji hipotesis dengan melaksanakan perhitungan (Sugiyono, 2013: 147). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mencari tahu pengaruh variabel bebas terhadap variabel yang terikat.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2013: 147) dalam teknik analisis data kuantitatif ada digunakan alat yaitu statistik, dalam penelitian ini peneliti menggunakan statistik deskriptif, yaitu yang digunakan menguraikan data dengan cara menggambarakan atau mendeskripsikan data yang telah dikumpul dengan apa adanya yang bertujuan untuk membuat kesimpulan yang secara umum dan generalisasi yang berlaku.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu SPSS (*Statistic Package for the Social Sciences*) yang bertujuan untuk menganalisis atau mendeskripsikan data informasi yang dari responden yang berdasarkan variabel bebas yaitu *celebrity endorser* dan iklan, serta variabel terikat yaitu minat beli dalam penelitian ini.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Kualitas Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang mempengaruhi dalam melakukan uji kualitas data yaitu penelitian yang berkenaan pada data yang menghasilkan validitas dan realibilitas (Sugiyono, 2013: 137). Dalam perhitungan uji kualitas ini ada terdapat dua bagian yaitu uji validitas dan uji realibilitas.

3.9.1.1 Uji Validitas

Menurut (Aldy Purnomo, 2016: 65) validitas instrumen adalah uji instrument yang mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin di ukur, data objek yang valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan data objek tersebut yang ingin diungkapkan suatu yang perlu diungkapkan. Dalam penelitian ini pengujian validitas dalam SPSS akan menggunakan metode analisis yaitu Korelasi Pearson.

Dalam teknik Korelasi Pearson untuk uji validitas data merupakan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan suruh item pada satu variabel. Selanjutnya pengujian sigifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikasi 0,05 dengan uji 2 sisi.

1. Jika nilai positif dan $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka data item dapat dinyatakan valid,
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

3.9.1.2 Uji Realibilitas

Menurut (Aldy Purnomo, 2016: 79) uji realibilitas adalah pengujian dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, dengan bermaksud apakah alat ukur bisa dapat pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Dalam penelitian ini telah memakai metode yang digunakan untuk mengukur skala rentangan seperti skala likert 1 – 5 yaitu *Cronbach Alpha*, yang merupakan untuk menentukan apakah instrument reliable atau tidak menggunakan batasan 0,6. Realibilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

Uji realibilitas akan dilakukan secara bersama – sama terhadap seluruh pernyataan untuk mengukur dengan kriteria sebagai berikut.

1. Jika nilai *Alpha* lebih besar daripada 0,6 maka data tersebut sebagai *reliable*.
2. Jika nilai *Alpha* lebih kecil daripada 0,6 maka data tersebut sebagai tidak *reliable*.

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Aldy Purnomo, 2016: 107) uji asumsi klasik merupakan beberapa uji model yang memenuhi dengan analisis regresi linier yaitu disebut data residual terdistribusi normal. Dalam penelitian ini ada memakai beberapa uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.9.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan sebagai model regresi yang menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model

regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini ada terdapat beberapa metode uji normalitas yaitu analisis histogram, normal P-Plot of regression, dan uji One Sampel Kolmogorov Smirnov (Aldy Purnomo, 2016: 108).

3.9.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Aldy Purnomo, 2016: 116) uji multikolinearitas adalah variabel independen yang antar terdapat dalam regresi yang memiliki hubungan linear yang sempurna dengan koefisien korelasinya tinggi. Dalam model regresi seharusnya tidak akan terjadi korelasi sempurna jika regresi baik atau mendekati sempurna dalam antara variabel bebas. Uji multikolinearitas memiliki metode uji nilai untuk mengetahui tidak atau ada gejala multikoliniearitas dengan antara lain yaitu nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai VIF ada kurang dari 10 maka dinyatakan tidak ada multikoliniearitas.

3.9.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Aldy Purnomo, 2016: 125) uji heteroskedastisitas merupakan uji dalam model regresi yang semua pengamatan tidak sama pada varian residual. Heteroskedastisitas tidak akan terjadi jika regresi tersebut baik. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas akan menggunakan uji *Park Geljser* dengan meregresikan nilai absolut residualnya dengan variabel bebas. Apabila variabel bebas punya nilai signifikansi dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak ada mengalami heteroskedastisitas.

3.9.3 Uji Pengaruh

3.9.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Aldy Purnomo, 2016: 161) regresi linier berganda merupakan analisa yang mengetahui hubungan pengaruh secara linier berantara dari dua variabel independen atau lebih dengan satu variabel dependen. Regresi linier berganda menggunakan satu model regresi kedalam dua variabel independen atau lebih. Persamaan linear berganda sebagai berikut.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Rumus 3.1 Regresi Linear Berganda
Sumber: (Aldy Purnomo, 2016: 171)

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Minat beli)

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Variabel independen (*Celebrity endorser*)

X_2 = Variabel independen (Iklan)

3.9.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Aldy Purnomo, 2016: 154) koefisien determinasi yang menunjukkan kuadrat dari “R”. Angka tersebut akan rubah jadi ke bentuk persen yaitu sebagai variabel independen yang terdapat prosentase sumbangan terhadap variabel dependen. Menurut (Sutanto, 2019: 429) koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh dalam penelitian yang digunakan kemampuan model dengan menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi punya hasil berkisar dari jarak 0 – 1. Dalam variabel independen punya

kemampuan semakin besar dalam menerangkan variabel dependen apabila nilai mendekati 1. Sebaliknya apabila nilai mendekati 0 maka variabel independen punya kemampuan dalam menerangkan variabel dependen akan semakin kecil.

3.9.4 Uji Hipotesis

3.9.4.1 Uji Parsial (Uji T)

Menurut (Azhari & Rustam, 2021 : 5) menjelaskan bahwa pada dasarnya uji t menerapkan dalam pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Dalam uji t mempunyai standard pengujian yaitu sebagai berikut:

1. Apabila t hitung lebih besar daripada t tabel serta nilai sig lebih kecil daripada 0,05 maka berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap variabel dependen, begitu dalam sebaliknya.

3.9.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Azhari & Rustam, 2021 : 5) menjelaskan bahwa pada dasarnya uji f menerapkan dalam pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah adanya variabel independen memiliki pengaruh bersama – sama atau simultan secara signifikan terhadap variabel dependen.

Dalam uji f mempunyai standard pengujian yaitu sebagai berikut:

1. Apabila f hitung lebih besar dari f tabel atau nilai sig lebih kecil dari 0,05 maka berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan bermaksud bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen, begitu dalam sebaliknya.