

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan metode survei memanfaatkan kuesioner. Penelitian ini bersifat replikasi yang dilakukan dengan melakukan adopsi variabel dan alat analisis yang pernah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya.

Jenis penelitian ini ialah penelitian berbentuk survei. Survei ialah cara mengumpulkan data atau informasi dengan meneliti langsung objek yang mewakili populasi. Sudirjo et al. (2020) menjelaskan bahwa penelitian survei terdiri dari mengumpulkan data dan menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang subjek penelitian. Dengan Jenis penelitian riset kausalitas yaitu hubungan sebab akibat antara variabel yang satu dan yang lain, yaitu antara celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian. Tujuan riset kausal yaitu pembuktian hubungan sebab dan akibat antar variabel (Sugiyono, 2018 : 39).

Hal ini dikarenakan dalam memberikan gambaran (*description*) suatu kejadian atau gejala, menggunakan alat statistik. Penelitian ini dilakukan pada Scarlett Whitening dengan subjek penelitian konsumen yang membeli produk scarlett whitening yang difokuskan pada *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumennya. Pemakaian kuesioner adalah salah satu instrumen pengumpulan data pada penelitian ini, berupa pertanyaan serta

jawaban dan responden hanya memilih salah satu dari alternatif jawaban yang ada.

3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1 Variabel Independen

Variabel independen yang akan mempengaruhi variabel dependen baik mempengaruhi kearah positif maupun negatif. *Celebrity endorser* (X1) dan *brand image* (X2) merupakan variabel bebas pada penelitian ini.

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen yaitu yang merupakan variabel terpengaruh oleh variabel independent. Variabel dependen juga adalah variabel yang tidak berubah Ketika penelitian mengubah ataupun memodifikasi argument. Keputusan pembelian (Y) merupakan variabel dependen pada penelitian ini.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Celebrity Endorser (X1)	Celebrity endorsement ialah seseorang yang membawa atau merepresentasikan suatu merek, produk, atau layanan kepada komunitas. Oleh karena itu, biasanya endorsernya adalah seseorang yang dikenal oleh publik atau disebut juga selebritis.. (Takaya, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attractiveness (Daya Tarik) 2. Credibility (Kredibilitas) 3. Power (Kekuatan ataupun Karisma) 	<i>Likert</i>

Lanjutan

Brand Image (X2)	Brand image juga merupakan kumpulan pendapat yang terbentuk lama dalam pikiran konsumen. Merek yang baik menentukan keunggulan citra merek dalam ingatan konsumen. Brand image juga ialah sebuah nilai serta karakteristik dari produk. (Sukma et al., 2016).	1.Citra Pembuat 2.Citra Pemakai 3. Citra Produk	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen tentang merek apa yang akan dibeli didasarkan keinginan maupun kebutuhan. (Sudirjo et al., 2020).	1.Pemilihan Produk 2.Pemilihan Merek 3.Pemilihan Waktu 4.Pemilihan Metode Pembayaran	<i>Likert</i>

Sumber Data : di olah oleh Peneliti (2020)

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah wilayah asli dari suatu daerah dengan ciri tertentu serta mutu spesial dari subjek serta setelah itu dipelajari yang telah diresmikan oleh periset lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018 : 80). Populasi yang peneliti tetapkan yaitu di wilayah Batu Aji Kota Batam dengan jumlah populasi sebanyak 130.012 penduduk, berdasarkan data pada bps.go.id.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan elemen populasi yang diambil beberapa saja untuk mewakili populasi tersebut (Sugiyono, 2018 : 81). Penelitian ini memakai Teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling* yang merupakan pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan kriteria peneliti tetapkan, yaitu :

1. Responden yang pernah membeli produk scarlett whitening.
2. Responden yang berusia 17 tahun keatas.
3. Responden merupakan pengguna Instagram.

Dikarenakan jumlah populasi yang besar , peneliti menentukan ukuran sampel dengan memakai penentuan sampel *Isaac* dan *Michael*, dengan rumus sebagai berikut :

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Rumus 3. 1 Rumus *Isaac* dan *Michael*

Keterangan:

s = Jumlah sampel

λ^2 = Chi kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan.

Untuk derajat kebebasan 1 dan kesalahan 10% harga Chi Kuadrat = 2,706 (Tabel Chi Kuadrat).

N = Jumlah populasi

P = Tingkat kebenaran (0,5)

Q = Tingkat kesalahan (0,5)

d = perbedaan rata – rata sampel dengan rata – rata populasi (perbedaan bias 0,01; 0,05; 0,1)

Populasi pada penelitian ini adalah 130.012 sehingga ditentukan toleransi kesalahan sebesar 10% serta nilai d = 0,05. Sehingga total sampel adalah :

$$s = \frac{2,706 \times 130.012 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 \times (130.012 - 1) + 2,706 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$s = \frac{87.953.118}{325,704}$$

$$s = 270,040$$

$$s = 270 \text{ (pembulatan)}$$

Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 270 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data Dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini akan menggunakan kuesioner yaitu berupa pertanyaan serta jawaban yang diisi oleh responden (Sugiyono, 2014 : 199). Kuesioner merupakan pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada responden secara langsung maupun tidak ataupun melalui internet. Data primer penelitian ini didapat dari jawaban atau tanggapan responden dalam kuesioner yang diberikan. Data sekunder ialah data yang didapat secara tidak langsung dan bisa juga melalui media perantara antara lain media pustaka maupun dari pihak lain.

3.4.2 Alat Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang kemudian diuji menggunakan SPSS versi 22. Skala likert adalah alat ukur yang dipakai peneliti dalam penelitian ini, yaitu berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat atau persepsi sekelompok orang atau masyarakat mengenai kejadian – kejadian sosial (Sugiyono, 2018 : 93). Dibawah ini merupakan penilaian dalam pengukuran skala likert :

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Keterangan	Nilai
1	(STS) Sangat Tidak Setuju	1
2	(TS) Tidak Setuju	2
3	(N) Netral	3
4	(S) Setuju	4
5	(SS) Sangat Setuju	5

Sumber : (Sugiyono, 2018)

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 25 untuk membantu mendapatkan gambaran dan deskripsi dari jawaban responden pada kuesioner mengenai *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian scarlett whitening pada media sosial Instagram. Untuk menguraikan hasil olah informasi riset yang bersumber dari jawaban responden terhadap *statement* atau pernyataan yang disusun, maka peneliti akan memakai rumus statistik deskriptif rentang skala jawaban 270 responden, berikut ini rumusnya, yaitu :

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Rumus 3. 2 Rentang Skala

Sumber : (Umar, 2014 : 164)

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Total Sampel

m = Total alternatif jawaban

3.5.2 Uji Kualitas Data

Uji Kualitas data pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui data yang digunakan adalah benar dan dapat diandalkan.

3.5.2.1 Uji Validitas Data

Instrumen yang menjelaskan alat ukur yang dipakai memang benar mengukur apa yang diukur dan digunakan untuk mengukur valid dan sah atau tidaknya sebuah kuesoner (Wibowo, 2012 : 35). Berikut ini rumus kolerasi validitas ini :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3. 3 Validitas Data

Sumber: (Wibowo, 2012: 36)

Keterangan:

r = koefesien korelasi

X = skor butir

Y = skor butir total

N = jumlah sampel /reponden

Jika r hitung yang diperoleh $\geq r$ table signifikansi 0,05 maka item dinyatakan berkolerasi dan valid, begitu sebaliknya apabila r hitung $< r$ table signifikansi 0,05 maka item tersebut dinyatakan tidak berkolerasi maka dan tidak valid.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Merupakan pengukuran untuk mengetahui kehandalan dan sejauh mana data yang diperoleh melalui pengukur,. Denga menggunakan metode *Cronbach Alpha*,

variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jika kurang dari 0,60 berarti kurang baik (Sugiyono, 2018).

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas Data

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Jika berdistribusi normal akan berbentuk lonceng pada grafik histogram. Pada penelitian ini, pengujian untuk membuktikan data berdistribusi normal akan dibuktikan dengan pengujian data berbentuk grafik histogram, *P – P Plot of Regression*, *Scatterplot*, dan pengujian dengan *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test* (A.E.Wibowo, 2012 : 61).

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Digunakan untuk mengetahui korelasi status hubungan linear. Bila antar variabel independen ada korelasi yang lumayan besar hingga hendak terjalin multikolinearitas. Serta model regresi dikatakan baik apabila tidak terjalin korelasi variabel bebas tersebut. Bila nilai VIF 10 maka ada indikasi multikolinearitas yang tinggi. Model regresi yang baik ialah tidak terjalin adanya indikasi multikolinearitas (A.E.Wibowo, 2012 : 87).

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjalin ketidaksamaan varians dari residual antar pengamatan. Bila hasilnya tetap

maka disebut homoskedastisitas serta bila varians beda disebut dengan heteroskedastisitas (Sugiyono, 2018 : 93)

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berguna untuk mengetahui pengaruh variabel bebas(independen) terhadap variabel terikat(dependen). Model regresi linear berganda digunakan buat menerangkan wujud hubungan linear bila variabel independennya dua maupun lebih dengan variabel dependennya (A.E.Wibowo, 2012 : 126). Di bawah ini adalah persamaan analisis regresi linear berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sujarweni, 2019 : 140)

Keterangan :

Y = Variable terikat (keputusan pembelian pada penelitian ini)

a = Nilai Konstanta (nilai Y apabila $X_1X_2 = 0$)

b = Nilai Koefisien regresi (nilai kenaikan atau penurunan pada variable terikat yang didasarkan pada kedua variable bebas /lebih

X_1 = Celebrity endorser (pada penelitian ini)

X_2 = Brand Image (pada penelitian ini)

3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisa determinasi digunakan untuk memperkirakan persentase efek simultan dari suatu variabel. Analisa ditujukan untuk menunjukkan kemampuan total variabel terikatnya bisa dipengaruhi oleh variabel bebasnya (A.E.Wibowo, 2012 : 79). Nilai R^2 adalah antara 0 dan 1, jika R^2 kecil atau 0 maka dapat dikatakan

kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat yang terbatas. Jika nilai R^2 mendekati 1 atau lebih, dapat diartikan bahwa persentase variabel independen dalam model dipengaruhi 100% dari variabel dependen.

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji T

Uji t berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independent berdampak pada variabel dependen secara parsial ataupun terpisah. Kriteria Uji T adalah :

Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian :

1. Jika t hitung ($<$) t Tabel, maka H_0 akan di terima, sehingga H_a di tolak. Artinya celebrity endorser berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Jika t hitung ($>$) T Tabel, H_0 akan di tolak, lalu H_a yang di terima. Artinya celebrity endorser berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Brand Image terhadap Keputusan Pembelian :

1. Jika t hitung ($<$) t Tabel, maka H_0 akan di terima, sehingga H_a di tolak. Artinya brand image berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Jika t hitung ($>$) T Tabel, H_0 akan di tolak, lalu H_a yang di terima. Artinya brand image berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berikut ini rumus untuk menghitung uji t :

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

Rumus 3. 5 Uji t

Sumber: (Sugiyono, 2018: 184)

Keterangan :

t = nilai t_{hitung} yang akan dikonsultasikan dengan t_{tabel}

r = korelasi parsial yang ditentukan

n = jumlah sampel

3.5.5.2 Uji F

Uji F difungsikan untuk mengetahui apakah variabel independent memiliki dampak yang signifikan atau simultan terhadap variabel dependen. Kriteria uji F adalah :

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berikut ini rumus Uji F :

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Rumus 3. 6 Uji F

Sumber: (Sugiyono, 2018: 192)

Keterangan:

R^2 = Koefesien determinasi k

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

3.6 Lokasi dan Periode Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Kecamatan Batu Aji Kota Batam merupakan tempat yang peneliti pilih untuk menjadi lokasi penelitian ini, dengan kriteria responden menggunakan Instagram

3.6.2 Periode Penelitian

Jadwal penelitian ini adalah dari bulan September 2020 sampai pada februari 2021. Berikut merupakan jadwal penelitian yang peneliti uraikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun, Bulan Dan Pertemuan													
	2020- 2021													
	Sept	Okt			Nov			Des		Jan			Feb	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Pengajuan Judul	■													
Studi Pustaka		■	■	■	■									
Metodologi Penelitian					■	■	■							
Penyusunan Kuesioner							■							
Penyebaran Kuesioner								■	■					
Pengolahan Data								■	■	■	■			
Kesimpulan											■	■	■	
Penyelesaian Skripsi														■
Konsultasi pada pembimbing	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Sumber : data Peneliti 2020