

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan survei kepada *followers* akun Instagram @luxcrime_id secara *online*. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *online* dengan menggunakan *google form* dan menyebarkan melalui *Direct Message* Instagram. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Mei 2023.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:8) Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan penelitian kuantitatif ini digunakan oleh peneliti untuk mengukur tingkat keberhasilan pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode survei. Menurut Sugiyono (2013:6) metode survei adalah metode yang digunakan untuk peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen). Dalam survei proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrument utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang di asumsikan mewakili populasi secara spesifik.

D. Variabel dan Definisi Oprasional Variabel

1. Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013: 38) variable penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu :

A. Variabel Bebas (*independent*)

Variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel *independen* (Sugiyono, 2013:39). Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab atau perubahannya atau timbulnya variabel *independen* (terikat). Dalam SEM (*Structural Equation Modeling*/permodelan) persamaan *structural, variable independent* disebut sebagai variabel eksogen (Sugiyono 2017:4) . Variabel (X) atau variabel *independent* dalam penelitian ini adalah *Celebrity Endorser*.

B. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel Terikat (Y) adalah variabel yang di pengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013:39). Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam SEM (*Structural Equation Modeling*/permodelan) persamaan struktural, *variable dependent* disebut sebagai variabel indogen (Sugiyono 2017:4). Variabel terikat (Y) atau variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

2. Operasional Variabel

Operasional variabel yang menjadi objek dalam penelitian memiliki dimensi-dimensi sebagai berikut :

Table 3.1
Definisi Operasional dan Indikator
Variabel X (*Celebrity Endorser*)

No.	Variabel X	Dimensi	Indikator
1.	<i>Celebrity Endorser</i> (Shimp, 2014:470)	a. <i>Trustworthiness</i>	a. Dapat diandalkan dalam menyampaikan pesan b. Menyampaikan pesan dan informasi secara jujur sesuai keadaannya.
b. <i>Experites</i>		a. Mempunyai pengetahuan yang cukup atau luas b. Terampil dalam memperagakan berbagai iklan	
c. <i>Attractiveness</i>		a. Memiliki penampilan yang menarik b. Sehat berdasarkan fisiknya	
d. <i>Respect</i>		a. Disukai banyak konsumen b. Memiliki image yang baik di social media	
e. <i>Similarity</i>		a. Kesamaan persepsi antara kepribadian selebriti dengan produk b. Konsumen mempunyai kesamaan selera dengan <i>celebrity endorser</i>	

Table 3.2
Definisi Operasional dan Indikator
Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	Variabel Y	Dimensi	Indikator
1.	Keputusan Pembelian (Kotler & Keller, 2016:187)	a. Pilihan produk	a. Memilih produk yang tepat b. Memilih produk berdasarkan kebutuhan atau yang di inginkan
		b. Pilihan merek	a. Memilih brand atau merek sesuai keinginan mereka b. Melihat berdasarkan popularitas suatu merek
		c. Pilihan penyalur	a. Menentukan penyalur b. Kemudahan mendapatkan produk tersebut
		d. Waktu pembelian	a. Kesesuaian kebutuhan saat merasa perlu untuk membeli b. Keuntungan saat membeli produk sesuai kebutuhan
		e. Jumlah pembelian	a. Menentukan kuantitas barang yang akan dibelinya b. Ketersediaan barang yang cukup banyak pilihannya
		f. Metode pembayaran	a. Memutuskan membeli dengan metode pembayaran tunai b. Memutuskan membeli dengan metode pembayaran nontunai

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2013:80). Populasi dari penelitian ini adalah *followers* Instagram @luxcrime_id dengan karakteristik populasi yang pernah memberikan *tag* pada akun Instagram Luxcrime @luxcrime_id tentang *celebrity endorser* yang dilakukan Luxcrime. Jumlah *followers* Instagram Luxcrime sebanyak 629.000 (diakses pada tanggal 17 Februari 2023, kemudian didapatkan 532 orang dengan karakteristik sebagai berikut :

- a) *Followers* aktif dari akun @luxcrime_id
- b) Aktif sebagai pengguna Instagram
- c) Berjenis kelamin Wanita
- d) Pernah memberikan *tag* pada postingan akun Instagram @luxcrime_id (pada bulan September – Desember 2022)

2. Sample

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2013:81). Metode pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling*. *Random sampling* dikenal juga dengan pengambilan sampel acak sederhana, prosedur pengambilan sampel dengan cara mengundi menggunakan aplikasi *Spin The Wheel*, setelah diundi menggunakan aplikasi *Spin The Wheel* dari 532 akun ditemukan 84 nama untuk menjadi responden sebagai sampel.

Penentuan jumlah sampel digunakan rumus Taro Yamane agar mendapat ukuran populasi dan batas kesalahan sebagai berikut :

n = jumlah sampel yang akan di ambil

N = jumlah populasi

d = persentasi kelonggaran/ketidaktelitian (10)

$$n = \frac{N}{N(e^2) + 1}$$

$$n = \frac{532}{532(10\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{532}{532(0,01) + 1}$$

$$n = \frac{532}{6,32}$$

$$n = 84,17$$

$$= 84 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas rumus penentuan jumlah sampel, maka didapat jumlah sampel dari populasi dan ditentukan sebanyak 84 responden.

F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Skala pengukuran yang di gunakan dalam penelitian ini untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap pertanyaan yang diberikan yaitu menggunakan *Skala Likert*. Jawaban setiap item komponen yang menggunakan Skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative dan jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skala Likert

Kategori	Bobot Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Melalui *Skala Likert* tersebut, nantinya seluruh pertanyaan yang akan dijawab oleh responden akan dihitung pada setiap bobotnya lalu dijumlahkan secara keseluruhan untuk mengetahui nilai dari setiap

responden dan dapat dijadikan skor penilaian terhadap variabel-variabel pada penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2013:224). Dalam penelitian ini terdapat dua Teknik pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2013:137) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer yaitu berupa kuesioner. Responden pada penelitian ini adalah *followers* dari akun Instagram @luxcrime_id.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2013:137) data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder yang dikumpulkan berisikan informasi dan teori-teori yang di gunakan untuk mendukung penelitian berasal dari buku-buku tentang komunikasi, internet, penelitian sebelumnya berupa skripsi, jurnal, dan hasil laporan yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, *celebrity endorser*, *endorse*, dan keputusan pembelian serta data-data yang diperoleh dari website-website resmi.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Regresi Liner Sederhana

Menurut Sugiyono (2013:147) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data ialah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, metakulasi data berdasarkan variabel dari seluruh jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Uji regresi digunakan untuk menguji hubungan pengaruh kedua variabel, yaitu antara variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependen*). Pengujian ini bermaksud untuk mengetahui seberapa besar kekuatan variabel X berhubungan dengan variabel Y dan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

a = Nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel *dependent* yang didasarkan pada *variable independent*. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = sebagai nilai *Celebrity Endorser*

2. Uji Koefisiensi Regresi (Uji t)

Uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *variable independent* terhadap *variable dependent* yang di uji pada tingkatan 0,1. Jika *probability t* lebih kecil dari 0,1 maka *variable independent* berpengaruh signifikan terhadap *variable dependent*.

Rumus :

Jika sig dari $F_{hitung} < 0,01$ atau 0,05 atau 0,1 maka H_0 ditolak.

Jika sig dari $F_{hitung} > 0,01$ atau 0,05 atau 0,1 maka H_0 diterima.

3. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka dapat dilakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus :

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah sampel

maka dengan demikian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

I. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dan uji reabilitas dilakukan terhadap 30 responden melalui teknis uji statistic dengan program berbasis SPSS (*Statistic Program For Social Science*) versi 27 for Windows.

1. Uji Validitas

Pengujian validitas menggunakan angka r hasil dari korelasi *pearson* yang di hasilkan melalui menu *correlate* pada pilihan *bivariaten*. Untuk mendapatkan r_{table} , bisa menggunakan rumus : $df = n - 2$ atau $df = 30 - 2 = 28$ dengan tingkat signifikan sebesar 10% maka nilai r_{table} sebesar 0,422.

Sehingga pengujian ini menggunakan hasil perhitungan r_{xy} (*product moment*) atau teknik *statistic* yang digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala *interval* lainnya. *Symbol* korelasi *product moment* ditulis dengan huruf “ r ”. Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument atau item pernyataan tersebut valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument atau item pertanyaan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrumen yang tidak reliable/konsisten. (Sugiyono 2013:121)

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi antara hasil pengamatan dengan instrumen atau alat ukur yang digunakan pada waktu yang berbeda. Pernyataan yang sudah valid, dalam uji validitas akan di tentukan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

jika r_{alpha} positif atau $> r_{tabel}$ maka pernyataan reliabel

jika r_{alpha} negatif atau $< r_{tabel}$ maka pernyataan tidak reliabel

Tingkat reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala alpha 0 sampai 1. Apabila skala tersebut di kelompokkan kedalam lima kelas dengan *range* yang sama. Maka ukuran kemantapan alpha dapat di interpretasi seperti tabel berikut :

Tabel 3.4
Tingkat Reliabilitas
Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
0,20 – 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

A. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sample penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 30 orang responden sesuai dengan kriteria pada populasi. Hasil uji validitas ini digunakan untuk membuktikan valid atau tidaknya setiap bulir pertanyaan yang diajukan kepada responden. Uji Validitas dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dalam penelitian ini, nilai *df* (*degree of freedom*) dapat di hitung $df = n - 2$ maka didapatkan $df = 30 - 2 = 28$. Dengan tingkat signifikansi sebesar 10% maka nilai r_{table} sebesar 0,422. Berikut hasil pengujian validitas.

1. Uji Validitas Variable X (*Celebrity Endorser*)

Hasil uji validitas X (*Celebrity Endorser*) dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas
Variabel X (*Celebrity Endorser*)

No.	Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
1.	X1	0,422	0,789	VALID
2.	X2	0,422	0,758	VALID
3.	X3	0,422	0,799	VALID
4.	X4	0,422	0,484	VALID
5.	X5	0,422	0,826	VALID
6.	X6	0,422	0,856	VALID
7.	X7	0,422	0,429	VALID
8.	X8	0,422	0,867	VALID
9.	X9	0,422	0,897	VALID
10.	X10	0,422	0,807	VALID
11.	X11	0,422	0,681	VALID
12.	X12	0,422	0,798	VALID
13.	X13	0,422	0,681	VALID
14.	X14	0,422	0,433	VALID
15.	X15	0,422	0,751	VALID
16.	X16	0,422	0,682	VALID
17.	X17	0,422	0,542	VALID
18.	X18	0,422	0,737	VALID
19.	X19	0,422	0,710	VALID
20.	X20	0,422	0,728	VALID
21.	X24	0,422	0,807	VALID

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji validitas diatas, jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas di atas menggunakan SPSS, sebanyak 21 (dua puluh satu) butir pernyataan pada variabel X (*Celebrity Endorser*) dapat dikatakan **Valid** karena nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,422 (r_{table}).

2. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Hasil uji validitas Y (Keputusan Pembelian) dijelaskan pada table dibawah ini:

Table 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	Pernyataan	r _{tabel}	r _{hitung}	Keterangan
1.	Y1	0,422	0,817	VALID
2.	Y2	0,422	0,739	VALID
3.	Y3	0,422	0,785	VALID
4.	Y4	0,422	0,503	VALID
5.	Y5	0,422	0,654	VALID
6.	Y6	0,422	0,676	VALID
7.	Y7	0,422	0,559	VALID
8.	Y8	0,422	0,582	VALID
9.	Y9	0,422	0,521	VALID
10.	Y10	0,422	0,582	VALID
11.	Y11	0,422	0,729	VALID
12.	Y12	0,422	0,807	VALID
13.	Y13	0,422	0,809	VALID
14.	Y14	0,422	0,841	VALID
15.	Y15	0,422	0,836	VALID
16.	Y16	0,422	0,823	VALID
17.	Y17	0,422	0,515	VALID
18.	Y18	0,422	0,685	VALID
19.	Y19	0,422	0,622	VALID
20.	Y20	0,422	0,684	VALID
21.	Y21	0,422	0,645	VALID
22.	Y22	0,422	0,875	VALID

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari Uji Validitas di atas terdapat 23 (dua puluh tiga) butir pernyataan yang digunakan dalam uji coba kuesioner dan hasilnya terdapat 1 butir pernyataan yang hasilnya tidak valid dikarenakan nilai korelasinya kurang dari 0,422 dan 22 pernyataan memenuhi kriteria dan dinyatakan valid. Maka hanya 22 item pernyataan yang nilai korelasinya lebih besar dari 0,422 yang dapat digunakan dalam penelitian.

J. Hasil Uji Reabilitas

1. Uji Reliabilitas Variable X (*Celebrity Endorser*)

Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Item
.953	21

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

**Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas
Variabel X (*Celebrity Endorser*)**

Dari table hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cornbach's Alpha* dari Variable X (*Celebrity Endorser*) sebesar 0,953. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cornbach's* dapat dikatakan bahwa 21 butir pernyataan Variable X (*Celebrity Endorser*) adalah **Sangat Reliabel**.

2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Item
.942	23

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

**Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas
Variable Y (Keputusan Pembelian)**

Dari table diatas dapat dijelaskan bahwan nilai pada kolom *Cornbach's Alpha* dari Variable Y (Keputusan Pembelian) sebesar 0,942. Berdasarkan ukuran ketetapan Alpha Cornbach's dapat dikatakan bahwa 23 butir pernyataan Variable Y (Keputusan Pembelian) adalah **Sangat Reliable**.