

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan kemudian menginterpretasikan hasil analisis tersebut untuk memperoleh kesimpulan. Jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data *Celebrity endorser* dan keputusan pembelian produk, kemudian mengambil kesimpulan dari hasil penelitian data-data tersebut.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang membeli produk *Top Coffee* di Kota Kupang. Dan waktu penelitian dimulai pada Januari 2018.

3.3 Populasi dan Sampel

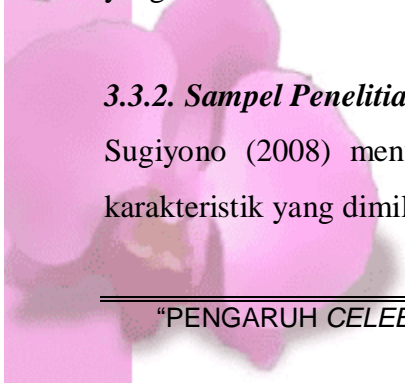
3.3.1. Populasi Penelitian

Populasi dalam suatu penelitian merupakan kumpulan individu atau obyek yang merupakan sifat-sifat umum. Arikunto (2010:173) menjelaskan bahwa Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sementara menurut Sugiono (2010:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan penjelasan para ahli tersebut maka populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk *Top Coffee* di Kota Kupang di mana tidak diketahui secara pasti jumlah konsumen yang membeli.

3.3.2. Sampel Penelitian

Sugiyono (2008) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti

MCE



tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiono, 2007).

Berdasarkan penjelasan para ahli maka sampel yang diambil adalah pembeli yang ditemui peneliti pada saat membeli produk *Top Coffee* di kios-kios yang ada di Kota Kupang.

3.4 Jenis Data

3.4.1. Data Menurut Sumber

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden dengan melakukan wawancara dan melalui kuesioner yang diisi tanggapan tentang persepsi konsumen terhadap *Celebrity endorser*, daya tarik, kepercayaan, keahlian dan keputusan pembelian produk *Top Coffee*.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari catatan-catatan, dokumen dan laporan seperti data penjualan *Top Coffee*.

3.4.2 Data Menurut Sifat

1. Data kuantitatif berupa angka seperti jumlah penjualan *Top Coffee*.
2. Data kualitatif berupa penjelasan-penjelasan yang diperoleh atau pernyataan tertulis maupun lisan saat pengumpulan data lapangan.

3.5 Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari empat variabel yang meliputi tiga variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y), variabel bebas terdiri dari daya tarik selebriti (X_1),

kepercayaan selebriti (X_2) dan keahlian selebriti (X_3) dan variabel terikat adalah keputusan pembelian produk *Top Coffee* di Kota Kupang (Y).

3.5.1 Variabel *Celebrity Endorser*

3.5.1.1 *Daya Tarik Selebriti (X_1)*

Daya tarik mengacu pada diri yang dianggap sebagai yang menarik untuk dilihat dalam kaitannya dengan konsep kelompok tertentu dengan daya tarik fisik.

Item-item variabel daya tarik adalah :

- a) Menarik
- b) Menyenangkan
- c) Menyukai
- d) Elegan
- e) Berkharisma

3.5.1.2 *Kepercayaan Terhadap Selebriti (X_2)*

Kepercayaan mengacu pada sejauh mana sumber dipandang memiliki kejujuran, ketulusan, dan dapat dipercaya.

Item-item variabel kepercayaan adalah:

- a) Dapat dijadikan pedoman
- b) Dapat diandalkan
- c) Jujur
- d) Tulus
- e) Dapat dipercaya

3.5.1.3 *Keahlian Selebriti (X_3)*

Keahlian mengacu pada pengetahuan, pengalaman, atau keahlian yang dimiliki oleh seorang endorser yang dihubungkan oleh merek yang didukung.

Item-item variabel keahlian adalah :

- a) Ahli
- b) Berpengalaman
- c) Berpengetahuan
- d) Memenuhi syarat
- e) Terlatih

3.5.1.4 Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.

Item-item variabel keputusan pembelian adalah :

- a) Keyakinan untuk membeli
- b) Memprioritaskan untuk membeli
- c) Merekomendasikan untuk membeli

Variabel penelitian diukur menggunakan instrument yang ada. Alat pengumpulan data berupa angket, dengan tingkat pengukuran ordinal, kategori jawaban terdiri atas 5 tingkatan (Skala Likert) dimana dapat dilihat sebagai berikut;

1. Sangat setuju (SS) : skor 5
2. Setuju (S) : skor 4
3. Netral (N) : skor 3
4. Kurang setuju (KS) : skor 2
5. Tidak setuju (TS) : skor 1

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sample. Jika r

hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2016).

Cara untuk menguji validitas sebuah instrument dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus korelasi Product Momen = 0,05. Uji validitas ini menggunakan analisa korelasi dengan program SPSS versi 22.0 for Windows, dimana apabila koefisien korelasi r hitung $>$ r tabel dinyatakan valid dan apabila koefisien korelasi r hitung $<$ r tabel dinyatakan tidak valid.

3..6.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0, 70 (Ghozali, 2016)



3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner, yakni teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi daftar pertanyaan kepada responden yang dibuat berdasarkan indikator dari masing-masing variabel.
2. Wawancara, yakni peneliti melakukan tanya jawab langsung dengan konsumen yang melakukan pembelian produk *Top Coffee* di kios-kios di Kota Kupang.
3. Dokumentasi, yakni mengumpulkan data penjualan produk *Top Coffee* yang ada di Kota Kupang.

3.8 Metode Analisis

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2004) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lokasi penelitian maka teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan dengan menghitung tanggapan responden atau capaian indikator (Riduwan, 2014), dengan formula sebagai berikut;

$$CI = \frac{\sum JR}{\sum SI} \times 100\%$$

Keterangan:

CI	= Capaian Indikator
$\sum JR$	= Jumlah Jawaban Responden
$\sum SI$	= Skor Ideal

hasilnya akan dikategorikan dengan pembobotan sebagai berikut :

$0 < 20,00\%$: Tidak Baik
$21,00 - 40,00\%$: Kurang Baik

41,00 - 60,00% : Cukup Baik

61,00 - 80,00% : Baik

81,00 - 100,00% : Sangat Baik

3.8.2. Analisis Statistik Inferensial

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah data-data yang digunakan dalam analisis regresi sudah memenuhi syarat-syarat, dengan demikian, sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji heteroskedastisitas, uji linieritas dan uji normalitas menurut Ghozali (2009).

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dan satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *heteroskedastisitas*. Dan jika varians berbeda maka disebut *homoskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang Heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, Ghozali (2006). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID.

Dasar pengambilan keputusan :

- Jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dan satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *heteroskedastisitas*. Dan jika varians berbeda maka disebut *homoskedastisitas*. Model regresi yang baik

adalah yang Heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, Ghozali (2006). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID.

Dasar pengambilan keputusan :

- Jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Jika terjadi kolerasi maka dinamakan *problem* multikolinearitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2006).

Cara lain untuk mengetahui ada tidaknya multikolineritas dapat dideteksi dengan menggunakan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengambilan keputusan, jika nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/tolerance$). Nilai *Collinearity Statistics* yang umum dikapai untuk menunjukkan adanya multikolineritas adalah $tolerance < 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$. Untuk mengetahui gejala Multikolineritas adalah analisis ini digunakan bantuan program SPSS.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variebel dependen dan independen yang digunakan memiliki hubungan linear atau tidak. Pengujian linearitas dilakukan bersamaan dengan pengujian hipotesis pada perhitungan regresi. Uji yang digunakan untuk mengetahui linear atau tidaknya dengan menggunakan uji F (Kuncoro, 2001 dalam Tisu, 2005). Uji F dilakukan untuk menentukan tingkat signifikan seluruh variabel independen secara

simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dinyatakan signifikan bila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau nilai probabilitas signifikansinya $< 0,05$ maka mempunyai hubungan linear. Pengujian dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS pada tabel ANOVA.

e. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi yakni dengan analisa grafik dan uji statistik. Hasil menunjukkan tampilan grafik histogram maupun grafik plot dapat disimpulkan data menyebar di dekatar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2006).

2. Analisis Regresi

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara bersama-sama (simultan) maupun secara parsial, maka model yang digunakan adalah analisis regresi berganda oleh Sugiono (2007) dengan rumusan sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y : Variabel Keputusan Pembelian

b_0 : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi variabel daya tarik

b_2 : Koefisien regresi variabel kepercayaan

b_3 : Koefisien regresi variabel keahlian

X_1 : Variabel daya tarik

X_2 : Variabel kepercayaan

X_3 : Variabel keahlian

e : Faktor pengganggu (*error*)

3. Pengujian Hipotesis Statistik

a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2006:84), uji pengaruh secara parsial (Uji t) bertujuan untuk menguji secara parsial pengaruh variabel daya tarik (X_1), kepercayaan (X_2) dan keahlian (X_3) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y), maka formulasi uji t yang digunakan sebagai berikut;

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

b_i = Koefisien regresi

S_{b_i} = Simpangan Baku (standard error)

Taraf signifikasnsi $\alpha = 0,05$

Hipotesis Statistik :

- 1) H_0 : $b_i = 0$ artinya secara parsial daya tarik (X_1), kepercayaan (X_2) dan keahlian (X_3) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- 2) H_a : b_i minimal salah satu $b_i \neq 0$ artinya secara parsial daya tarik (X_1), kepercayaan (X_2) dan keahlian (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Kaidah Pengambilan Keputusan

- 1) Jika $p \geq \alpha$ (0,05), maka terima H_0 dan tolak H_a , artinya secara parsial variabel daya tarik (X_1), kepercayaan (X_2) dan keahlian (X_3) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- 2) Jika $p \leq \alpha$ (0,05) maka terima H_a dan tolak H_0 , artinya secara parsial variabel daya tarik (X_1), kepercayaan (X_2) dan keahlian (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

b. Uji F

Menurut Ghazali (2006:84), uji bersama-sama (Uji F) bertujuan untuk menguji secara simultan pengaruh variabel daya tarik (X_1), kepercayaan (X_2) dan keahlian (X_3) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y), maka formulasi uji F yang digunakan sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{JKR/(k-1)}{JKE/(n-k)}$$

Keterangan :

JKR : Jumlah Kuadrat Regresi

JKE : Jumlah Kuadrat Error

n : Banyaknya responden

k : Banyaknya variabel bebas

Taraf signifikansi $\alpha = 0,05$

Hipotesis Statistik :

- 1) H_0 : $b_i = 0$ artinya secara simultan daya tarik (X_1), kepercayaan (X_2) dan keahlian (X_3) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- 2) H_a : b_i minimal salah satu $b_i \neq 0$ artinya secara parsial daya tarik (X_1), kepercayaan (X_2) dan keahlian (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Kaidah Pengambilan Keputusan

- 1) Jika $p \geq \alpha$ (0,05), maka terima H_0 dan tolak H_a , artinya secara simultan variabel daya tarik (X_1), kepercayaan (X_2) dan keahlian (X_3) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- 2) Jika $p \leq \alpha$ (0,05) maka terima H_a dan tolak H_0 , artinya secara simultan variabel daya tarik (X_1), kepercayaan (X_2) dan keahlian (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

4. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kontribusi pengaruh variabel bebas variabel daya tarik (X_1), kepercayaan (X_2) dan keahlian (X_3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y). Dengan formulasi sebagai berikut :

Keterangan :

R^2 : Koefisien Determinasi

JKR : Jumlah Kuadrat Regresi

JKT : Jumlah Kuadrat Total

MCE

