

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif yakni jenis penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka statistik.¹ Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian dengan yang dalam pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.² Dalam penelitian ini peneliti mencari pengaruh antara *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian pada produk *Fair & Lovely*. Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan karena dalam penelitian ini melibatkan peneliti harus langsung memperoleh data dari lapangan atau langsung dari objek yang diteliti.

B. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel yang diuji dalam penelitian ini yaitu ada 2 variabel. Sesuai dengan

¹ Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), 30.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2010), 13.

paradigma yang ada terdapat satu variabel *independent* bebas dan satu variabel *dependent* terikat.

1. Variabel Bebas (X) (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.³

Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

a. Celebrity Endorsement (X)

Pengertian *Celebrity Endorsement* menurut Terence A. Shimp dalam bukunya adalah memanfaatkan seorang artis, entertainer, atlet dan public figure yang mana banyak diketahui oleh orang banyak untuk keberhasilan dibidangnya masing-masing dari bidang yang didukung.⁴

2. Variabel Terikat (Y) (*dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain-lain.⁵ Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Berdasarkan dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat tersebut, dapat diidentifikasi berdasarkan indikator pada masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

³ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 62.

⁴ Terence A. Shimp, *Periklanan, Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid I, edisi terjemahan, (Jakarta: Erlangga, 2007), 212.

⁵ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, 62.

Tabel 3.1
Operasional Variabel X

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
<i>Celebrity Endorsement</i> (X)	<i>Visibility</i>	Seberapa Jauh Popularitas selebriti
	<i>Credibility</i>	Berhubungan dengan pengetahuan produk yang diketahui selebrity
	<i>Objectivitas</i>	Lebih merujuk pada kemampuan selebriti untuk memberi keyakinan atau percaya diri pada konsumen suatu produk
	<i>Attraction</i>	Menitik beratkan pada daya Tarik sang bintang
	<i>Power</i>	Kemampuan selebriti dalam menarik konsumen untuk membeli

Sumber: Indikator *Celebrity Endorsement* menurut Royan (2004)

Tabel 3.2
Operasional variabel Y

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan kebutuhan	Kesadaran kebutuhan akan produk
	Pencarian informasi	Pencarian informasi produk dari orang lain
	Evaluasi alternative	Membandingkan produk dengan produk <i>competitor</i>
	Keputusan pembelian	Melakukan pembelian terhadap poduk
	Perilaku konsumen pasca pembelian	Perilaku kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk

Sumber: Indikator keputusan pembelian menurut Fentia Tanata (2013)

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat penelitian di IAIN Kediri yang beralamatkan di Jl. Sunan Ampel 7 Ngronggo Kota Kediri.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki karakteristik tertentu dan telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2015 dan 2016 yang menggunakan produk *Fair & Lovely* yaitu sebanyak 151 mahasiswa.

Sampel adalah bagian sebagian atau keseluruhan populasi yang dapat merepresansikan populasi secara menyeluruh.⁷ Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Metode *simple random sampling* merupakan teknik pengumpulan sampel dimana sampel pertama ditentukan secara acak, sedangkan sampel berikutnya diambil berdasarkan satu interval tertentu. Dimana kriteria dari penelitian ini hanya mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2015 dan 2016 yang membeli produk *fair & lovely*.

Untuk menentukan berapa banyak sampel yang harus diambil dalam suatu populasi yang ada, dalam penelitian ini sampel yang diambil menggunakan pendekatan rumus Slovin untuk memperoleh jumlah sampel yang lebih layak untuk diteliti yaitu sebagai berikut:⁸

⁶ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 61.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 63.

⁸ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta, 2005), 65.

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

Dimana :

n : Jumlah

N : Ukuran Populasi

e : Tingkat kesalahan dari sampel yang dipilih

Berdasarkan survey diketahui jumlah populasi jumlah N = 151. Didalam pemilihan sampel digunakan tingkat kesalahan atau alpha 5% dari data yang ada, maka dibuatlah perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{151}{1 + (151)(0,05)^2} = 95,87$$

Jadi berdasarkan rumus di atas diperoleh besaran sampel sebanyak 95,87 responden. Untuk memudahkan perhitungan, maka akan dibulatkan menjadi 100 responden.⁹

E. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan faktor penting karena digunakan untuk menentukan teknik pengumpulan data. Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer menurut Carl Mc Daniel dan Rogers Gates adalah data survei,

⁹ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*, 65.

pengamatan, atau eksperimen yang dikumpulkan untuk memecahkan masalah tertentu yang diselidiki.¹⁰ Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.¹¹

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang didapat langsung dari responden oleh peneliti. Dari penelitian ini yang dibutuhkan adalah hasil kuisioner dengan responden. Data yang digunakan dipenelitian ini adalah data dari konsumen *Fair & Lovely* Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2015 dan 2016.

F. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam peneitian ini mempunyai tujuan mengungkap fakta-fakta mengenai variabel yang diteliti. Selain itu pengumpulan data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan keterangan, kenyataan, dan informasi yang dapat dipercaya. Untuk memperoleh data yang objektif, dalam penelitian ini metode yang digunakan peneliti adalah kuesioner atau angket. Menurut Suroyo Anwar, kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan yang tertuis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden yang dianggap

¹⁰ Carl McDaniel dan Rogers Gates, *Riset Pemasaran Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 81.

¹¹ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: UPFE UMY, 2003), 61.

fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden.¹² Jadi dapat disimpulkan bahwa Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan sejumlah daftar pertanyaan yang harus diberikan kepada responden dan harus diisi oleh responden itu sendiri.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengukuran. Cara ini dilakukan untuk memperoleh data yang objektif yang diperlukan untuk menghasilkan kesimpulan penelitian yang objektif.¹³ Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Kuisisioner dengan membagikan angket kepada responden. Teknik Kuisisioner dengan menggunakan angket merupakan serangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.¹⁴ Metode ini digunakan untuk menggali informasi tentang Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fair & Lovely* Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2015 dan 2016.

¹² Suyono Anwar, *Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Interview, Kuesioner dan Sosimentri* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 168.

¹³ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 183.

¹⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*(Jakarta: Pustaka Media, 2005), 123.

H. Analisis Data

Dalam penelitian ini termasuk dalam analisis kuantitatif yaitu teknik analisis di mana data-data yang berbentuk angka-angka akan dianalisis dengan melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS 21. Adapun langkah-langkah analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Persiapan

Kegiatan dalam langkah persiapan, antara lain: mengecek nama dan kelengkapan identitas pengisi. Apabila instrumennya minim, perlu dicek sejauh mana atau identitas apa saja yang sangat diperlukan bagi pengolahan data lebih lanjut. Mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data (termasuk kelengkapan lembaran instrumen, barangkali ada yang terlepas atau sobek).¹⁵

2. *coding*

Memberi tanda kode terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah waktu mengadakan tabulasi dan analisa. Tambahan lagi jika pertanyaan terdiri dari beberapa item dan jumlah kuesioner yang banyak serta variabel yang satu dengan yang lainnya memerlukan kode dan tanda-tanda tertentu seperti analisa dengan menggunakan komputer, maka hal pengkodean ini sangat diperlukan.

¹⁵Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2008), 204-205.

Dalam penelitian ini, pengkodean dilakukan pada ketiga variabel, yaitu variabel *Celebrity Endorsement* dan Keputusan Pembelian

- a. Variabel bebas diberi kode : (X) : *Celebrity Endorsement*
- b. Variabel terikat diberi kode : (Y) : Keputusan Pembelian

3. Scoring

Memberi skor digunakan untuk mengungkapkan jawaban dari angket atau kuesioner yang disebar. Dan dalam penelitian ini pemberian skor adalah sebagai berikut:

- a. Sangat tidak setuju = 1
- b. Tidak setuju = 2
- c. Setuju = 4
- d. Sangat setuju = 5¹⁶

4. Tabulating

Tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan data. Maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.¹⁷ Dalam penelitian ini, tabulasi digunakan untuk memudahkan menghitung, dan memasukkan data atau hasil perhitungan ke dalam rumus.

¹⁶ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif “Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam”*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 132.

¹⁷M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 68.

5. Processing

Processing yaitu menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.¹⁸ Pada tahap ini yang digunakan adalah analisis statistik sebagai berikut:

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pengujian validitas data dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara skor jawaban dengan skor total dari butir jawaban. Dalam penelitian ini Untuk menguji validitas tiap butir kuesioner, digunakan teknik korelasi *produk moment* dengan bantuan SPSS 21 *for windows*. Dengan keputusan manakala $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item tersebut dikatakan valid sedangkan $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item tersebut tidak valid. Rumus korelasi *product moment* adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2] [n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$$

¹⁸Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 184.

Keterangan:

n : banyaknya subyek

r_{xy} : koefisien korelasi

x : skor item

y : skor total

2. Uji Reliabilitas

Reabilitas merupakan suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.¹⁹ Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menguji reliabel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *alpha* dari *cronbach*. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila *cronbach alpha* sama dengan atau lebih besar dari 0,60.

Dalam penjelasan validitas dan realibilitas data di atas, jika item pertanyaan dari angket yang valid dan tidak reliable dibuang. Dan apabila item dari pertanyaan tersebut sudah valid maka dikerjakan lebih lanjut.

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penilaian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), 170.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model analisis jalur, apakah variable dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menganalisis penyebaran titik pada sumbu diagonal dalam grafik. Jika penyebaran titik berada disekitar garis diagonal, maka menunjukkan pada distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas dilakukan dengan menguji normalitas reissual menggunakan uji statistic non-parametrik Kolmogorov Smirnov dengan nilai signifikan 5% atau 0,05. Apabila hasil nilai signifikansi uji normalitas lebih dari 5% atau 0,05 maka data tersebut memiliki distribusi data normal.

c. Uji Hipotesis

Pengujian hiotesis yang dilakukan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable independen (*celebrity endorsement*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Pengujian ini terdiri dari uji regresi linier sederhana, uji t hitung, dan analisis koefisien determinasi (R^2):

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan antara linier anggara suatu variabel independen (X) dengan variabel

dependen (Y). analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan data yang di gunakan biasanya berskala interval atau rasio. Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen (Keputusan pembelian)

X : Variabel independen (*Celebrity Endorsement*)

a. : Konstanta (nilai y' apabila X=0)

b. : Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)²⁰

Dalam penelitian ini cara menghitung dan menguji analisis regresi sederhana dengan menggunakan spss 21.

2. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi dimensi *Celebrity Endorsement* (X) dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% jika t hitung pada sig < 0,05 maka setiap variable bebas diteliti berpengaruh signifikan terhadap variable terikat.

²⁰ Sugiyono, *metode penelitian administrasi*, (Bandung: Alfabeta), 2006, 55.

Sebaliknya jika nilai hitung pada $\text{sig} > 0,05$ maka setiap variable bebas yang diteliti tidak berpengaruh signifikan terhadap variable terikat.

3. Koefisien determinasi (R^2)

Pada model regresi linier berganda, kontribusi variable independen secara bersama-sama terhadap variable dependen dapat diketahui dengan melihat besaran koefisien determinasi totalnya (R^2). Jika nilai (R^2) yang diperoleh mendekati 1 maka hubungan variable independen terhadap variable dependen semakin kuat. Sebaliknya jika nilai (R^2) yang diperoleh mendekati 0 maka hubungan variable independen terhadap variable dependen semakin lemah. Nilai (R^2) dapat naik atau turun apabila satu variable independen ditambahkan ke dalam model.