BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan sebuah rencana yang memiliki tujuan dalam memberi arti atas data secara efektif dan efisien dengan data sampling, pengembangan instrumen, pengumpulan dan analisis data.¹ Rancangan tersebut berperan penting dalam suatu penelitian dikarenakan merupakan pedoman mengenai langkah apa yang harus dilakukan oleh seorang peneliti.² Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan.³ Juga merupakan jenis penelitian yang berdasar menggunakan pendekatan deduktif-induktif. Pendekatan ini berawal dari kerangka teori, pemikiran para ahli dan berdasarkan pemahaman pengalaman, lalu dikembangkan menjadi permasalahan yang diajukan untuk mendapatkan penolakan atau pembenaran dalam data empiris lapangan.⁴

Pada penelitian kuantitatif, variabel-variabel dalam suatu fenomena yang dikaji dioperasionalkan sebelum diukur. Dalam penelitian kuantitatif pengukuran data mengutamakan validitas dan reliabilitas. Dilakukan untuk menguji teori, membangun fakta dan menyatakan hubungan antar variabel dalam fenomena kajian. Pada metode kuantitatif prosedur penelitian yang sering digunakan yaitu metode eksperimental dan kuasieksperimental.

---

¹ Muhammad Zainudin, *Metodologi Penelitian Keafarmasian dan Kesehatan, II* (Surabaya : Airlangga University Press, 2014), hal 48.

² Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung : Rosdakarya, 2013), hal 213.

³ Muslich Ansori dan Sri Iswati, *Mode Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Surabaya : Airlangga University, 2019).

⁴ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta : Teras, 2009) hal 99.

Penelitian kuantitatif dapat dilakukan melalui kajian deskriptif dan kajian inferensi. Pada penelitian deskriptif, data diambil dari seluruh populasi dan statistik dasar seperti frekuensi, presentase, rata-rata dan taburan data yang dilaporkan. Sementara dalam kajian inferensi, satu sampel yang terdiri dari beberapa subjek yang dipilih secara acak dari populasi yang dikaji dan data numerik diambil dari data sampel tersebut digeneralisasikan kepada seluruh populasi yang dikaji.⁵

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variable X1 (Citra Merek) X2 (*Celebrity Endorsement*) dalam membentuk Y (Keputusan Pembelian).

B. Lokasi Penelitian

Jimshoney Store Kediri memiliki lokasi di Jl. Panglima Sudirman No.18, RT.002/RW.002, Ringin Anom, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur.

C. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang dipelajari oleh peneliti yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sehingga dapat ditarik kesimpulannya.⁶ Variabel yang akan diteliti pada penelitian ini antara lain :

- a. Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu citra merek dan *celebrity endorsement* Penjelasannya sebagai berikut

---

⁵ Mohammad Mustari, Ph. D. dan M. Taufiq Rahman Ph. D., *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta : Laksbang Pressindo, 2012) hal 15.

⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hal 3.

- 1) Citra Merek menurut Kotler dan Keller dalam penelitian sebelumnya adalah respon konsumen terhadap penawaran perusahaan secara keseluruhan. Menurut Priansa bahwa citra merek muncul dari pengalaman upaya komunikasi hingga penilaian atau pengembangan berlangsung di salah satu atau kedua hal tersebut
  - 2) *Celebrity Endorsement* menurut Rachbini dalam jurnal Adiba, Surosof dan Afif adalah orang terkenal yang menggunakan pengakuan publik mereka untuk merekomendasikan atau mempresentasikan produk dalam iklan. Selebriti digunakan karena atribut kesohorannya termasuk ketampanan, keberanian, talenta, keanggunan, kekuatan, dan daya tarik fisiknya yang sering mewakili daya tarik yang diinginkan oleh merek yang diiklankan.
- b. Variabel Dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁷ Variabel terikat yang diteliti adalah Keputusan Pembelian. Definisi keputusan pembelian menurut Kotler yaitu suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.⁸

---

⁷ Philip Kotler dan Garry Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, hal 347

⁸ Laurensius Panji Ragatirta dan Erna Tiningrum, "Pengaruh Atmosphere, Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta), *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, vol 7 no 2 (2020), Hal 144.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Sejumlah orang atau kelompok yang menjadi sasaran penelitian serta memiliki karakteristik yang sama. Jadi populasi merupakan subyek penelitian secara keseluruhan, yaitu seluruh satuan yang menjadi target penelitian. Selaras dengan definisi Arikunto, bahwa populasi merupakan keseluruhan objek penelitian atau total kelompok subjek, baik manusia, nilai, gejala sampai fenomena yang menjadi sumber dari penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen dari Jimshoney di Kota Kediri dengan jumlah yang tak terhingga.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Pengertian dari sampel yaitu bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu.⁹ Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah tidak terbatas atau tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan pedoman Tabel Isaac dan Michael. Persyaratan konsumen yang dapat dijadikan sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian produk Jimshoney setidaknya satu kali dalam pembelian.

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan pedoman Tabel Isaac dan Michael sebagai berikut¹⁰

---

⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2011), 74

¹⁰ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2013), 71.

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

Keterangan :

S = jumlah sampel

χ^2 = nilai tabel chi square untuk μ tertentu (dk=1)

N = jumlah populasi

P = Q = 0,5

d = taraf signifikansi (1%, 5%, 10%)

Gambar 3.1

Tabel Perhitungan Sampel Isaac Michael

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
									664	349	272

Berdasarkan data dalam gambar 3.1 tersebut, dengan populasi yang tak terbatas dan tingkat kesalahan sebesar 5%, kita mendapatkan jumlah sampel sebesar 349. Jadi, penelitian ini melibatkan 349 responden yang telah membeli produk Jimshoney.

E. Sumber Data Penelitian

a. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung atau dari sumber pertama ataupun dari tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti.¹¹ Data primer pada penelitian ini didapat dari hasil jawaban pada angket yang telah dibagikan kepada konsumen Jimshoney di Kota Kediri.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah disusun, dikembangkan, dan diolah oleh pihak lain.¹² Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, internet, laporan dari penelitian terdahulu dan informasi–informasi lain yang masih berhubungan dengan penelitian ini.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode Kuesioner, yaitu teknik yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data melalui formulir yang berisi tentang beberapa pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada seseorang ataupun sekelompok orang dengan tujuan memperoleh jawaban serta informasi. Dalam penelitian ini kuesioner tertuju pada Skala Likert sebagai alternatif dari jawaban. Definisi Skala Likert Menurut Kinnear dalam Husein Umar, yaitu skala yang menunjukkan hubungan pada pernyataan tentang sikap dari seseorang mengenai sesuatu hal¹³

---

¹¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS* (Jakarta : Kencana, 2013), 16.

¹² Juliansyah Noor, *METODOLOGI PENELITIAN : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta : Kencana, 2017), 137.

¹³ Husein Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia, 2010), 137.

G. Instrumen Penelitian

Pengertian dari instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dengan tujuan untuk mengumpulkan data. Jadi dengan dalam hal ini dapat meringankan pekerjaan serta hasilnya lebih baik.¹⁴

Instrumen Penelitian pada penelitian ini berupa angket atau kuisisioner.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses melakukan pencarian atau sebuah pengaturan yang terstruktur pada data yang diperoleh sehingga data tersebut dapat dipresentasikan keseluruhannya pada orang lain.¹⁵ Prosedur mengolah data setelah data terkumpul, diantaranya:

- a. Pemeriksaan data atau *editing* yaitu memeriksa data yang telah terkumpul untuk mengetahui terdapat tidaknya kekeliruan saat melakukan pengisian
- b. *Coding* dan *categorizing*. Yaitu melibatkan penetapan atau pembuatan kode dari setiap kumpulan data sesuai dengan kategori yang sama. Kategorisasi adalah proses menetapkan kategori ke setiap variabel berdasarkan data yang disertakan dalam setiap lembar pertanyaan. *Scoring* atau berupa pemberian angka untuk setiap jawaban yang memerlukan pemberian nilai. Langkahnya dengan memberikan pilihan nilai kepada setiap item pernyataan dari setiap kuesioner. Penentuan dalam scoring pada penelitian ini menggunakan skala Likert yaitu teknik mengukur sikap dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau

---

¹⁴ Eko Putro Widoyoko, *Teknik Instrumen Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2012), 151.

¹⁵ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009), hal 103.

ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan.¹⁶ Penentuan skor dari suatu pernyataan diantaranya:

- 1) Sangat Setuju (SS)
- 2) Setuju (S)
- 3) Netral (N)
- 4) Tidak Setuju (TS)
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS)

c. *Tabulazing* adalah proses membuat beberapa tabel dengan data dan kode sesuai dengan analisis yang diperlukan. Jawaban dari responden akan dikelompokkan, kemudian dianalisis berdasarkan kriterianya, dan terakhir hasilnya akan dirangkum dengan menggunakan Microsoft Excel.

d. *Processing* merupakan suatu proses dalam pengolahan, penghitungan maupun analisis pada data dengan menggunakan statistik.¹⁷ Analisis yang digunakan pada penelitian ini diantaranya

- a) Uji validitas yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan alat ukur yang digunakan mampu mengukur apa yang diukur dan untuk mengetahui sejauh mana hasil dari pengukuran tersebut menunjukkan relatif konsisten jika pengukuran tersebut dilakukan berulang.¹⁸ Pengujian validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menguji layak atau tidaknya item-item yang digunakan dalam angket atau kuesioner.

---

¹⁶ Juliansyah Noor, METODOLOGI PENELITIAN : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah (Jakarta : Kencana, 2017), hal 128.

¹⁷ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 171-175.

¹⁸ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, Metode Penelitian Survei (Jakarta: LP3ES, 2008), 122.

b) Uji reliabilitas yang berguna untuk mengukur suatu indeks sejauh mana dari alat pengukuran tersebut dapat diandalkan maupun dipercaya. Pengukuran ini menggunakan koefisien Croanbach Alpha dan menghitungnya dibantu menggunakan SPSS.¹⁹ Ukuran kemantapan alpha pada uji reliabilitas dengan ketentuan diantaranya:

(1). Nilai alpha 0,00 – 0,2 berarti kurang reliabel,

(2). Nilai alpha 0,21 – 0,4 berarti agak reliabel,

(3). Nilai alpha 0,41 – 0,6 berarti cukup reliabel,

(4). Nilai alpha 0,61 – 0,8 berarti reliabel,

(5). Nilai alpha 0,81 – 1,00 berarti sangat reliabel.

c) Analisis Deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis data melalui cara pendeskripsian atau penggambaran pada data yang telah terkumpul. Data ini bertujuan mengetahui bagaimana citra merek dan *celebrity endorsement* dalam mempengaruhi minat konsumen Jimshoney di Kota Kediri.

d) Uji Asumsi Klasik

1) Uji normalitas data

untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Terdapat 2 cara untuk mendeteksi apakah residual

---

¹⁹ Husein Umar, Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999), 135.

berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan grafik dan uji statistik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji statistik Uji Kolmogorov Smirnov. Pengujian tersebut dinilai lebih sederhana serta tidak menciptakan banyak persepsi.

2) Uji multikolinearitas

untuk menentukan apakah model regresi yang digunakan melibatkan korelasi antara variabel independen dan dependen. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan korelasi antar variabel dependen. Jika variabel terikat berkorelasi tinggi, maka variabel terikatnya tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel biner yang koefisien korelasi antara dua variabel biner sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi, dapat dilakukan pengujian terhadap nilai variance inflasi (VIF) dan nilai toleransi. Hasilnya, nilai toleransi sama dengan nilai ambang batas VIF (karena $VIF = 1/\text{Toleransi}$). Nilai cutoff yang biasa digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah toleransi $\leq 0,10$ atau setara dengan $VIF \geq 10$.²⁰

3) Uji autokorelasi

pengujian ini berguna mendeteksi terdapat tidaknya autokorelasi sehingga diperlukan pengukuran menggunakan Durbin-Watson (DW).²¹

---

²⁰ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 160.

²¹ Wahid Sulaiman, Analisis Regresi Menggunakan SPSS: Contoh Kasus dan Pemecahannya (Yogyakarta: Andi, 1983), 89.

4) Uji heteroskedastisitas

bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120). Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara uji Harvey. Uji Harvey adalah meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: 1. Jika nilai p value $\geq 0,05$ maka H_0 ditolak, yang artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. 2. Jika nilai p value $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat masalah heteroskedastisitas

5) Uji Korelasi Berganda

Uji korelasi berganda digunakan untuk mencari besarnya pengaruh antara dua variabel independen (X) atau lebih secara simultan (bersama-sama) dengan variabel dependen (Y). Analisis uji korelasi ini digunakan untuk mengetahui kuat atau lemahnya pengaruh citra merek dan *celebrity endorsement* terhadap keputusan konsumen Jims Honey Store Kediri.

6) Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel terikat berperilaku (naik turunnya), jika dua variabel atau lebih

digunakan sebagai prediktor (dinaik turunnya nilai). Estimasi koefisien regresi dua variabel dependen (prediktor) yaitu²²

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

a = konstanta

b = koefisien regresi

X1 = variabel bebas (citra merek)

X2 = variabel bebas (*celebrity endorsement*)

e = variabel eror yang berdistribusi normal baku

e) Uji Hipotesis

(1) Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel terikat mempunyai pengaruh pelit terhadap variabel terikat dengan rumus sebagai berikut:

(a) Apabila thitung lebih kecil dari t tabel, maka H0 ditolak karena tidak berbeda signifikan.

(b) Apabila thitung > ttabel, maka H0 ditolak yang berarti ada perbedaan yang signifikan. Uji F

(2) Uji F

Adalah untuk mengetahui apakah setiap variabel independen yang dibandingkan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Uji ini dikatakan tidak signifikan apabila

---

²² Sugiyono, *Statistika*, 275.

nilai F hitung lebih kecil atau sama dengan F tabel; apabila nilai F hitung lebih dari atau sama dengan F tabel maka dapat ditunjukkan bahwa variabel independen (seperti *celebrity endorsement*, dan citra merek) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian konsumen).

(3) Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 dilakukan guna mengukur perubahan dan/atau besarnya kontribusi dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Bila nilai R^2 mendekati 1 maka variabel bebas (X) mempunyai akurasi modal yang tepat dan pengaruh kuat terhadap variabel terikat (Y).²³

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 = nilai koefisien determinasi

R = koefisien korelasi

---

²³ Supranto, Pengukuran Tingkat Kepuasan Untuk Menaikan Pangsa Pasar (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), 121.