

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Analisis kuantitatif menurut Sugiyono (2009, p.13) adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positifisme yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2009, p.2) adalah ilmu yang mempelajari cara atau teknik yang mengarahkan peneliti secara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam hal ini penelitian menggunakan metode *asosiatif* yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan. Metode *asosiatif* merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara variabel bebas (variabel independen) yaitu *celebrity endorser* (X) terhadap variabel moderating yaitu *brand image* (Y) Dalam meningkatkan variabel terikat (variabel dependen) yaitu keputusan pembelian (Z).

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Etta dan Sopiah (2010, p.171). Jenis data yang digunakan

adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen untuk variabel brand endorser, brand image dan keputusan pembelian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak memberikan data kepada pengumpul data. Misal lewat orang atau lewat dokumen. Data sekunder umumnya berupa bukti atau catatan secara historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Sugiyono (2009, p.193). Data sekunder umumnya disusun dari suatu organisasi yang bersangkutan. Data sekunder antara lain dapat berupa buku atau berbagai bentuk terbitan secara periodik yang diterbitkan oleh organisasi atau instansi tertentu.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009, p.193) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Dalam penelitian ini, metode yang dipergunakan adalah metode survey melalui angket, yaitu penelitian yang menggunakan metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang memuat daftar pertanyaan tentang permasalahan yang sedang diteliti dan meminta kesediaan responden untuk menjawab daftar pertanyaan tersebut.

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data, pengumpulan data berdasarkan komunikasi langsung antara peneliti dengan responden yang sedang membeli produk pembersih wajah Biore di Bandar Lampung. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert (1,2,3,4,5). Dalam skala likert, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan dimana setiap item pernyataan disediakan 5 jawaban.

Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

1. SS = Sangat Setuju Skor 5

2. S = Setuju Skor 4
3. N = Netral/Ragu-ragu Skor 3
4. TS = Tidak Setuju Skor 2
5. STS = Sangat Tidak Setuju Skor 1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Etta dan Sopiah (2010, p.185) berpendapat bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh tim peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna produk Men's Bioledi Bandar Lampung yang berjumlah 40.246, di dapat dari produk yang terjual di bulan Mei 2016, yang di asumsikan dengan alasan setiap 1 produk habis pakai selama 1 bulan. Oleh karna itu di asumsikan jumlah produk yang terjual sama dengan jumlah populasi.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2009, p.116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih. Dengan jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Dalam bahasa sederhana *purposive sampling* dapat

dikatakan sebagai pengambilan sampel secara sengaja yaitu mengambil sampel tertentu sesuai persyaratan sifat-sifat, karakteristik, ciri, kriteria sampel yang mencerminkan populasinya. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna produk Men's Biore di Bandar Lampung dengan kriterianya yaitu menggunakan produk pembersih wajah Biore, mengetahui *celebrity endorser* apa yang digunakan oleh produk Men's Biore, dan berumur antara 12 sampai dengan 47 tahun. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang dapat maka menggunakan rumus *Solvin* :

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

Keterangan :

n = Banyaknya unit sampel

1 = Bilangan konstan

N = Banyaknya unit populasi

d = Taraf nyata 0,1

(Sugiyono, 2006 : 120)

$$n = \frac{40246}{40246 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{40246}{40246 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{40246}{402,46 + 1}$$

$$n = \frac{40246}{403,46}$$

$$n = 99,752144 = 100$$

Dengan perhitungan tersebut, maka sampel akan diambil penulis dalam melakukan penelitian ini sebanyak 100 sampel.

3.5 Variable Penelitian

Menurut Sugiyono (2009, p.58) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

3.5.1 Variabel Independen

Variabel (X) atau Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini Independennya adalah celebrity endorser.

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel (Z) dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan pembelian.

3.5.3 Variabel Intervening

Variabel (Y) *Intervening* adalah variabel secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat di amati dan di ukur, dalam penelitian ini variabel interveningnya adalah *brand image*.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata

dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep variable	Konsep oprasional	Indikator	Skala
<u>Celebrity Endorser</u> (X)	<i>Celebrity Endorser</i> sendiri menurut Shimp (2010 ,p.329) adalah seorang aktor atau artis, entertainer atau atlet yang mana dikenal atau diketahui umum atas keberhasilannya dibidangnya masing-masing untuk mendukung sebuah produk yang diiklan.	<i>Celebrity Endorser</i> dipilih agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk pembersih wajah Biore.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik fisik 2. Kredibilitas 3. Keramahan 4. Kecocokan dengan produk 5. Profesi 6. Kecocokan dengan audien 	Interval
<i>Brand Image</i> (Y)	<i>Brand Image</i> ialah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen.Philip Kotler(2009, p.346)	Brand image produk ini di tentukan oleh besarnya pengaruh brand endorser yang digunakan oleh produk pembersih wajah Biore.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas 2. Dapat dipercaya 3. Kegunaan/manfaat 4. Harga 	Interval

Keputusan pembelian (Z)	Menurut Philip Kotler (2009,p.234) Pengambilan keputusan merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satunya.	Kegiatan dalam membeli produk Men's Biore untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya dengan proses keputusan pembelian.	1. Keputusan tentang bentuk produk 2. Keputusan tentang merek 3. Keputusan tentang penjualan 4. Keputusan tentang jumlah produk. 5. Keputusan tentang waktu pembelian.	Interval
-------------------------	--	--	--	----------

3.7 Uji Persyarat Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Adapun pengertian atau devinisi validitas instrument menurut ahli adalah merupakan arti seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam pengujian validitas, instrument diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Menurut (Sugiono:2009) pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan 30 responden dikarenakan agar hasil pengujian mendekati kurva normal. Instrument dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi r dari 95% atau $\alpha = 0,05$. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi kriteria pengujian yang digunakan pada instrument yang dikatakan valid jika $r^3 > 0,361$.

Prosedur pengujian :

1. Bila $r_{hitung} > r_{table}$ maka instrument valid
 Bila $r_{hitung} < r_{table}$ maka instrument tidak valid
2. Bila probabilitas (sig) $< \alpha$ maka instrument valid
 Bila probabilitas (sig) $> \alpha$ maka instrument tidak valid
3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS
(Statistical Program and Service Solution seri 21)
4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{table} dan probabilitas (sig) dengan r_{table} maka akan disimpulkan instrument tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Realibilitas

Realibilitas adalah sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Pada penelitian ini untuk mencari realibilitas instrument menggunakan rumus alpha α , karena instrument didalam penelitian ini berbentuk angket atau daftar pertanyaan yang skornya merupakan rentangan antara 1-5 dan uji validitas menggunakan item total, dimana untuk mencari realibilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0, misalkan angket atau soal berbentuk uraian maka menggunakan rumus α :Relibilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relative sama. Dalam penelitian ini, uji relibilitas dilakukan dengan menggunakan tehnik Formula Alpha Cronbach dan dengan menggunakan program SPSS.

Rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2j}{S^2x} \right)$$

Keterangan :

α = koefisien relibilitas alpha

k = jumlah item

S_j = varian responden untuk item 1

S_x = jumlah varian skor total

Tabel 3.2

Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

Sumber: Sugiyono (2010, p.183)

Pengujian reliabilitas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21*).

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang di peroleh berdistribusi normal atau sebaliknya. Alat uji yang digunakan adalah model *kolmogorovsmirnov* hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal
 H_a : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal
2. Apabila (Sig) > 0,025 maka H_0 diterima (Normal)
Apabila (Sig) < 0,025 maka H_0 ditolak (Tidak Normal)

3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21*).
4. Penjelasan dari butir 1 dan 2, dengan perhitungan angka sig untuk variabel X dan Y pada uji Kolmogorov Smirnov (KS) maka distribusi data variabel Z normal ataupun tidak normal.

3.8.2 Uji Homogenitas Sampel

Uji homogenitas sampel adalah untuk mengetahui apakah data sampel yang di ambil dari populasi itu bervariasi homogen atau tidak. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji test *homogeneity of variances*.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : Varian populasi adalah homogen.

H_a : Varian populasi adalah tidak homogen.

2. Jika probabilitas (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima (Homogen)

Jika probabilitas (sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak (Tidak Homogen)

3. Pengujian homogenitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21*)

4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) $> 0,05$ atau sebaliknya maka variabel X dan Y homogeny atau tidak homogen.

3.8.3 Uji Linieritas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat, atau kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier,kuadrat atau kubik ada beberapa uji linieritas yang dapat dilakukan salah satunya dengan *compare means*

Prosedur pengujian :

1. Ho: model regresi berbentuk linier
Ha: model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak
Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS
(*Statistical Program and Service Solution seri 21*)
4. Penjelasan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X dan Y linier atau tidak linier.

3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur yang merupakan sebuah analisis yang menentukan besarnya hubungan kausal antar variabel baik pengaruh secara langsung maupun tidak langsung (sewall Wright dalam .ety rochaety,2009). Analisis jalur yang dipakai dalam penelitian ini adalah dua persamaan yaitu X sebagai variabel independen, sedangkan variabel Y sebagai variabel intervening dan Z sebagai variabel dependen. Persamaan strukturalnya dapat dilihat sebagai berikut :

$$Y = \beta_{yx}X + e \quad (\text{persamaan jalur struktural 1})$$

$$Z = \beta_{xy}Y + e_1 (\text{persamaan jalur struktural 2})$$

$$Z = \beta_{zx}X + e_2 (\text{persamaan jalur struktural 3})$$

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima

Atau

Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak

Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Hipotesis 1

Pengaruh Celebrity Endorser (X) Terhadap *Brand Image*(Y) Men's Biore di Bandar Lampung.

Ho = Celebrity Endorser (X) tidak berpengaruh terhadap *Brand Image* (Y) Men's Biore di Bandar Lampung.

Ha = Celebrity Endorser (X) berpengaruh terhadap *Brand Image*(Y) Men's Biore di Bandar Lampung.

3.10.2 Uji Hipotesis 2

Pengaruh *Brand Image* (Y) Terhadap keputusan pembelian (Z) Men's Biore di Bandar Lampung.

Ho = *Brand Image* (Y) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Z) Men's Biore di Bandar Lampung.

Ha = *Brand Image* (Y) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Z) Men's Biore di Bandar Lampung.

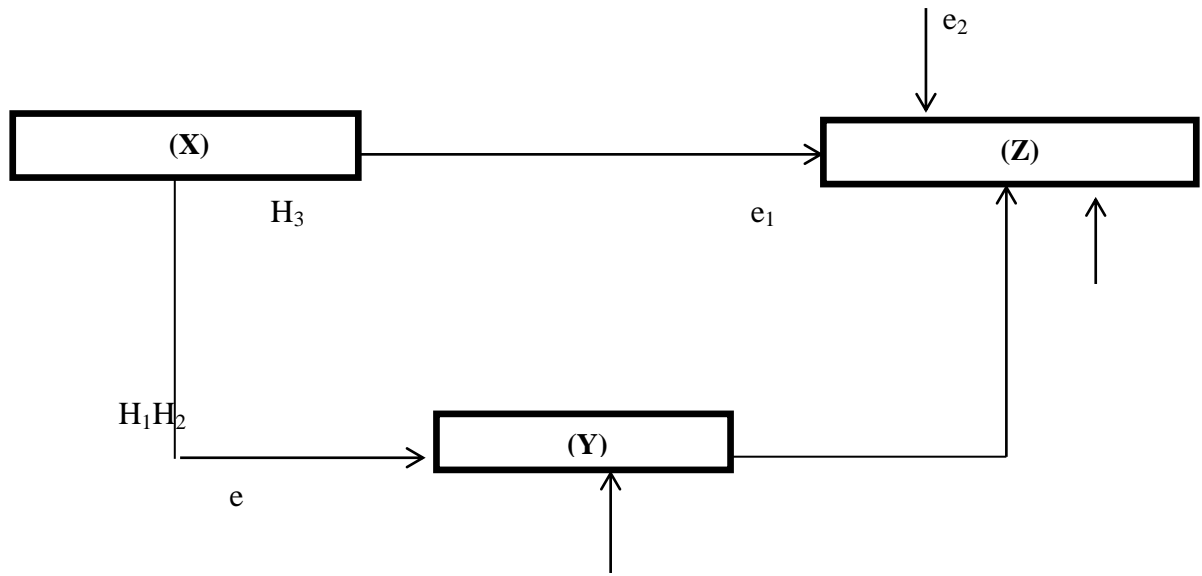
3.10.3 Uji Hipotesis 3

Pengaruh Celebrity Endorser (X) Terhadap keputusan pembelian (Z) Men's Biore di Bandar Lampung.

Ho = Celebrity Endorser (X) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Z) Men's Biore di Bandar Lampung.

Ha = Celebrity Endorser(X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Z) Men's Biore di Bandar Lampung.

3.11 Model Yang Digunakan



Gambar 3.1
Model Analisis Jalur