

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah *explanative Research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian menurut tingkat penjelasan adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan-kedudukan variabel yang di teliti serta hubungan antar suatu variabel dengan variabel yang lain. Selain itu penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesa yang telah di rumuskan sebelumnya. Pada akhirnya hasil penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tiga hubungan variabel yaitu *Celebrity Endorsments (X)*, dan *Consumers Shopping Behavior (Y)*.

#### **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. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian adalah :

##### **3.2.1 Data primer**

Data primer merupakan hasil tabulasi dari jawaban responden. Data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti yang diperoleh langsung dari responden. Data primer didapatkan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa teknik. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabannya (Sugiyono, 2016:135). Skala diferensial semantik yaitu skala untuk mengukur sikap, tersusun dalam satu garis kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya. Skala diferensial semantik berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub) seperti: panas-dingin. Karakteristik bipolar tersebut mempunyai tiga dimensi dasar sikap seseorang terhadap objek yaitu:

- a. Potensi, yaitu kekuatan atau atraksi fisik suatu objek.
- b. Evaluasi, yaitu hal-hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan objek.
- c. Aktivitas, yaitu tingkatan gerakan suatu objek.

Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala semantik diferensial adalah data interval. Berikut merupakan contoh penggunaan skala semantik diferensial :

Sangat tidak setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat setuju
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	---------------

Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai “Pengaruh Celebrity

Endorsements terhadap Male Consumers Shopping Behavior pada E-Commerce di Indonesia”.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut Sugiono (2016,p.80) 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 Laki-laki di Bandar Lampung berjumlah 522.696 jiwa.

#### 3.4.2 Sampel

Menurut Sugiono (2016,p.81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut karena banyaknya jumlah populasi maka penentuan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang tehnik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus estimasi proporsi.

Ada beberapa kriteria sampel yang saya gunakan yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.1 Data Kriteria Sampel**

No.	Kriteria Sampel
1	Usia responden 17 tahun keatas
2	Mengenal salah satu celebrity endorse pada salah satu e-commerce
3	Pernah membaca atau melihat salah satu review pengguna aplikasi e-commerce

Sumber : Data diolah,2019

Jika jumlah populasi belum diketahui karena konsumen yang membeli pada Lazada tidak sedikit maka populasi dalam penelitian ini belum dapat

menyebutkan jumlahnya, perlu diestimasi proporsi sampel dapat dihitung dengan rumus :

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

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan 10% = 0,1

Jumlah populasi masyarakat kota Bandar Lampung tahun 2019 yaitu sebanyak 522.696 jiwa, maka dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{522.696}{1 + 522.696 (0,1)^2}$$

n = 99,99 dibulatkan menjadi 100 sampel

### 3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono:2016,p.38). Dalam penelitian ini yang menjadi variable adalah *Consumers Shopping Behavior* pada E-commerce di Bandar Lampung.

#### 3.5.1 Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2009:39). Dalam penelitian ini variabel independen adalah *Celebrity Endorsments (X)*

#### 3.5.2 Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah *Consumers Shopping Behavior (Y)*.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti. Menurut Ridwan Kuncoro (2007) definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel atau dengan kata lain semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel.

**Tabel 3.2 Definisi Operasional**

Variabel	Definisi Konsep Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Customer Behavior</i>	“Perilaku konsumen adalah tindakan dan kegiatan yang dilakukan oleh individu, kelompok dan organisasi berkaitan dengan memilih, membeli dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan” (Kotler dan Keller, 2012:153).	Prilaku seseorang pria atau wanita dalam melakukan pembelian secara online dalam memilih barang atau jasa yang akan di gunakan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Attention (perhatian),</li> <li>2. Interest(ketertarikan)</li> <li>3. Search (pencarian)</li> <li>4. Action (aksi)</li> <li>5. Share (berbagi)</li> </ol>	Likert
<i>Celebrity Endorsments</i>	Pemilihan selebriti dalam penyampaian pesan tersebut nantinya diharapkan dapat menimbulkan dampak yang cepat dalam <i>brand awareness</i> dan <i>brand recognition</i> . Ketepatan memilih sumber pesan ( <i>endorser</i> ) dapat didasarkan pada atribut yang melekat pada <i>endorser</i> tersebut (Shimp, 2000: 460).	Pemilihan selebriti sangat penting agar konsumen pria atau wanita dapat mengetahui produk yang di promosikan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Trustworthiness</i></li> <li>2. <i>Expertise</i></li> <li>3. <i>Attractiveness</i></li> </ol>	Likert

Sumber : di olah tahun 2019

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Menurut Sugiono (2016,p.102) instrumen penelitian pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam

### 3.7.1 Uji Validitas Instrumen

Menurut Sugiono (2016,p.269) Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam melakukan pengujian ini peneliti menggunakan 30 responden, alasan peneliti menggunakan 30 responden karna distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurve normal dan dianggap mewakili. Metode uji kevalidan yang digunakan adalah *Korelasi Product Moment* dengan kriteria sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{[(n \sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r = Korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total seluruh item

Prosedur pengujian:

1.  $H_0$  : data valid  
 $H_a$  : data tidak valid
2. Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen valid  
Bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tidak valid
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan probabilitas (sig) dengan  $r_{tabel}$  maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya

### 3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Menurut Sugiono (2016.p.269) uji reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabel artinya dapat dipercaya, untuk mengetahui tingkat reliabel kuisioner maka digunakan rumus Alpha Cronbach berikut ini:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{I - \sum ob^2}{oi^2} \right]$$

dimana

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya soal

$\sum ob^2$  = Jumlah varians butir

$oi^2$  = Varians total

Prosedur pengujian:

1.  $H_0$  : data reliabel

$H_a$  : data tidak reliabel

2. Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen reliabel

Bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tidak reliabel

**Tabel 3.3 Interpretasi nilai r Korelasi Product Moment**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000-1,0000	Sangat tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Cukup
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat Rendah

3. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 17.0*).

4. Kesimpulan hasil dari 1 dan 2

### 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

### 3.8.1 Uji Normalitas Data

Menurut Rambat Lutfiando dan Ridho Barmulya Ikhsan (2015, p.134) uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis apakah penyebarannya normal atau tidak, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametric melainkan menggunakan analisis non-parametrik. Namun ada solusi lain jika data tidak berdistribusi normal, yaitu dengan menambah lebih banyak jumlah sampel. Penggunaan uji Kolomogrof-Smirnov atau uji K-S termasuk dalam golongan non-parametrik karena peneliti belum mengetahui apakah data yang digunakan termasuk data parametrik atau bukan. Pada uji K-S data dikatakan normal apabila nilai  $Sign > 0.05$ .

Prosedur pengujian :

1.  $H_0$  : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.  
 $H_a$  : Data berasal dari populasi tidak berdistribusi normal.
2. Apabila nilai  $(sig) < 0.05$  berarti sampel tidak normal.  
Apabila nilai  $(sig) > 0.05$  berarti sampel normal.
3. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0)

### 3.8.2 Uji Linieritas

Menurut Rambat Lutfiando dan Ridho Barmulya Ikhsan (2015, p.146) Uji linieritas yaitu untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi ataupun regresi linier dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0.05. dengan kata lain, uji linieritas dalam pengujian asumsi regresi dapat terpenuhi, yaitu variabel Y merupakan fungsi linier dari gabungan variabel-variabel X.

Prosedur pengujian :

1.  $H_0$  : Model regresi berbentuk linier.  
 $H_a$  : Model regresi tidak berbentuk linier.
2. Jika probabilitas  $(sig) > 0.05$  maka  $H_0$  diterima.



Jika probabilitas (sig) < 0.05 maka Ho ditolak.

3. Kesimpulan

4. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0)

### 3.9 Metode Analisis Data

Sugiono (2016) menyatakan bahwa Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 3.9.1 Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi ini digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y : Consumers Shopping Behavior

X : Celebrity Endorsments

a : Konstanta

et : error tern

b : Koefisien regresi

#### 3.9.2 Pengujian Hipotesis

Agar dapat diketahui apakah diantara variabel ada yang mempunyai pengaruh harus dilakukan pengujian hipotesis.

##### 3.9.2.1 Uji t atau Uji Parsial

**Pengaruh Celebrity Endorsments (X<sub>1</sub>) terhadap Consumers Shopping Behavior (Y)**

$H_0$  = Celebrity Endorsments (X1) tidak berpengaruh terhadap Consumers Shopping Behavior (Y) Pada E-commerce di Indonesia.

$H_a$  = Celebrity Endorsments (X1) berpengaruh terhadap Consumers Shopping Behavior (Y) Pada E-commerce di Indonesia.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.
- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima