

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk mengidentifikasi dan melakukan analisis data statistik, serta latar belakang masalah yang terjadi, konsep ide dasar, pendekatan yang digunakan, hipotesis sementara, cara pengumpulan data, dan statistik. analisis data Sebuah penjelasan rinci dan rinci dibuat untuk. pembelajaran. Dan untuk jenis penelitian ini adalah menggunakan menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu adalah metode positivistik karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, terukur, rasional dan sistematis Sugiyono (2013:7).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan cara survei dimana penulis menyebarkan kuesioner untuk pengumpulan data, penelitian kuantitatif diartikan sebagai suatu cara penelitian yang berdasarkan filosofi Adapun objek dalam penelitian ini adalah *Celebrity Endorser (X1)*, *Brand Trust (X2)* Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen.

3.2 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat menyediakan informasi mengenai penelitian terkait. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis sumber data primer, yaitu sebagai berikut:

3.2.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2013: 137) Data primer ialah pangkal data yang langsung menyediakan data pada pengumpul data. Data digabungkan sendiri oleh periset langsung dari pangkal awal ataupun tempat objek riset dicoba. Dalam penelitian ini Peneliti menggunakan hasil survey dengan instrumen kuesioner kepada pembeli produk fashion Erigo di Instagram @erigostore. Kuesioner didistribusikan melalui pemilik akun Pengambilan sampel dengan cara purposive sampling. Dengan populasi mencapai 2.5 juta pengikut di Instagram

@erigostore. Hal ini dikarenakan jumlah wargayang tidak pasti, karena jumlah ini dapat berubah sewaktu-waktu.

3.2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data Menurut Riduwan (2010: 51), penafsiran dari metode pengumpulan data merupakan “Metode pengumpulan data yakni metode ataupun cara- cara yang bisa dipakai oleh periset guna mengakulasi data.” Dalam penelitian caranya survey menggunakan teknik kuisisioner untuk diambil dan diolah datanya sedangkan wawancara sebagai data pendukung.

Kuesioner Menurut Sugiyono (2013:142) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pada penelitian ini kuesioner diberikan kepada 104 Pembeli Produk fashion Erigo. Dengan Bentuk kuesioner dalam penelitian adalah kuesioner tertutup, dimana responden hanya memilih responyang telah disediakan oleh penulis.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:80) populasi adalah wilayah generalisasi atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut *instagram* @erigostore sebanyak 2,5 juta pengikut.

3.3.2 Sampel

Ibrahim *et al.* (2018:104) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari objek yang merupakan sumber data. Sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* Sugiyono (2013:85) mengemukakan bahwa teknik *purposive sampling* adalah teknik

penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pengikut yang di temuinya sebagai responden dengan kriteria:

1. Pengikut Instagram @erigostore
2. Pembeli Produk Erigo
3. Pria dan wanita berusia 17-35 tahun, dengan asumsi bahwa responden yang mengisi sudah dewasa dan dapat mandiri dalam menyediakan jawaban.

Menurut Ferdinand (2006: 145) bahwa ukuran sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Mengacu Pada pernyataan para ahli ini sebesar 104 responden, diperoleh dari jumlah variabel indikator yang digunakan dalam penelitian dikalikan dengan 8 (13 indikator x 8 =104)

3.4 Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2013:38) variabel adalah: "Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya."

3.4.1 Variabel Bebas

Bagi Sugiyono(2013: 39) variabel leluasa(bebas) merupakan variabel yang pengaruhi ataupun yang jadi karena perubahannya ataupun tampaknya variabel terikat(terbatas), yang disimbolkan dengan ikon (X). Pada riset ini Variabel bebas yang digunakan adalah *Celebrity Endorser*(X1) dan *Brand Trust* (X2)

3.4.2 Variabel Terikat

Variabel terikat ataupun variabel terkait (dependent variable) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, Sanusi(2019). Dalam perihal ini yang mejadi variabel terikat merupakan Ketetapan Pembelian(Y).

3.4.3 Definisi Operasional Variabel

Tabel 1.4 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator
<i>Celebrity Endorser</i> (X1)	Shimp (2014:460) beranggapan kalau <i>Celebrity Endorser</i> merupakan strategi memakai bintang film selaku bintang promosi di media- media, mulai dari alat cap, alat sosial, ataupun alat televisi.	<i>Celebrity Endorser</i> yaitu salah satu Rencana pemasaran bagaiman suatu produk menggunakan bintang iklan atau influencer di berbagai media. Salah satunya adalah Arief Muhammad sebagai <i>Celebrity Endorser</i> .	1. Visibility 2. Credibility 3. Attractiveness 4. Power (Rossitier dan Percy, dalam Kurniawan 2014)
<i>Brand Trust</i> (X2)	Shihab (2009:90) Keinginan rata- rata Pelanggan buat tergantung pada keahlian suatu merk dalam melakukan seluruh fungsinya	<i>Brand Trust</i> adalah bagaimana merasa konsumen percaya, aman, dan kejujuran dari produk Erigo.	1. Kepercayaan terhadap merek 2. Keamanana suatu merek 3. Kejujuran suatu merek (Gecti dan Zengin, dalam Sidharta 2019)
Keputusan Pembelian	Menurut Kotler dan Keller (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh pemilihan merek, produk, tempat penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan cara pembayaran.	Keputusan pembelian konsumen adalah prosedur dimana konsumen memilih dan mengevaluasi produk atau jasa. Konsumen seringkali mempertimbangkan hal-hal yang berbeda dalam prosedur keputusan pembelian yang sesuai dengan kebutuhannya	1. Pemilihan merek 2. Pemilihan produk 3. Pemilihan tempat penyalur 4. Durasi pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Cara Pembayaran (Kotler dan Keller, 2016)

Sumber: Data Diolah 2022

3.5 Uji Persyaratan Instrumen

3.5.1 Uji Validitas Instrumen

Ialah uji yang dipakai buat mengukur legal tidaknya sesuatu kuisisioner dalam suatu riset. Bagi (Ibrahim dkk, 2018: 107) uji validitas dikatakan valid apabila instrument tersebut dapat dengan tepat mengukur apa yang hendak diukur. Dalam riset ini periset memakai metode Pearson Product Moment dengan anggapan angka hubungan besar hingga pengetesan yang dicoba merupakan valid. Bagi (Sugiyono, 2006: 115) patokan validitas buat tiap item merupakan Bila $r > 0,30$ berarti item itu disebut valid. Tidak hanya itu Apabilanilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 hingga instrumen itu dapat dibilang valid.

Adapun rumus *product moment* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan n	= Jumlah Variabel
X	= Nilai / skor setiap pernyataan
Y	= Skor total dari semua item
r	= Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui validitas item pertanyaan tersebut perludibandingkan dengan r pada $\alpha = 0,05$ (5%) dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Apabila $r_{hitung} > r$ maka item pernyataan instrumen penelitian dikatakan valid dan dapat digunakan.
2. Apabila $r_{hitung} < r$ maka item pernyataan instrumen penelitian dikatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan.

3.5.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Menurut Ibrahim dkk (2018: 110) Reliabilitas adalah tingkat atau derajat konsistensi dari suatu instrument. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal Apabila espon seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Instrumen penelitian harus reliabel. Uji reliabilitas menggunakan cara Alpha Cronbach's, suatu instrumen dikatakan reliabel Apabilanilai $\alpha > 0,60$ dengan rumus

$$\alpha = \frac{k_r}{1 + (k - 1)_r}$$

Keterangan

α = Koefisien Reliabilitas

r = Koefisien rata – rata korelasi antar variabel

k = Jumlah variabel bebas dalam persamaan

Menurut Nugroho (2005:72), nilai kriteria untuk mengukur reliabilitas instrumen adalah:

1. Apabila $\alpha > 0.60$, semua pernyataan reliabel. Artinya, instrumen tersebut dapat digunakan.
2. Apabila $\alpha < 0.60$, semua pernyataan tidak reliabel. Artinya, instrumen tersebut tidak dapat digunakan.

3.6 Uji Persyaratan Analisis Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Persyaratan normalitas yang perlu dipenuhi antara lain.

1. Apabila data berdistribusi normal maka cara yang digunakan adalah statistik parametrik.
2. Apabila data tidak berdistribusi normal maka cara yang digunakan adalah statistik non parametrik.

3. statistik non parametrik.

3.6.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan melalui uji kolmogrov-smirnov dengan menetapkan $\alpha = 0,05$ (5%). Kriteria dalam uji normalitas dalam cara ini yakni:

1. Apabila signifikan $> 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal;
2. Apabila signifikan $< 0,05$, maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Kalau data tidak berdistribusi normal, maka data perlu didistribusi normalkan dengan menggunakan Z score.

3.6.2 Uji Lineritas

Bagi Sugiyono serta Susanto (2015: 323) percobaan linearitas bisa digunakan untuk mengenali apakah variabel terikat dengan variabel leluasa mempunyai ikatan linear ataupun tidak dengan cara relevan. Percobaan linearitas bisa dicoba lewat test of linearity. Patokan yang legal merupakan bila angka signifikansi pada linearity $\leq 0,05$, hingga dapat dimaksud kalau antara variabel le luasa serta variabel terikat ada ikatan yang linear.

3.6.3 Uji Multikolinearitas

Permasalahan anggapan klasik regresi bukan cuma terdapat kepada terdapatnya ikatan antar data dalam satu variabel, namun pula hubungan antara sesama variabel bebas. Bila 2 ataupun lebih variabel bebas dalam bentuk regresi mempunyai ikatan linear yang akrab, hingga bentuk regresi ini tergejala oleh situasi multikolinearitas.

Multikolinearitas berarti terdapatnya ikatan linear yang sempurna ataupun tentu di antara sebagian ataupun seluruh variabel yang menjelaskan dari bentuk regresi. Pendeteksian persoalan

multikolinearitas bisa diamati dari angka *Variance Inflation Factor* (VIF). Bila angka VIF kurang dari 10, hingga ada pertanda multikolinearitas. Kebalikannya, bila angka VIF lebih dari 10 serta angka tolerance lebih dari 0.10, maka tidak terdapat pertanda multikolinearitas.

3.7 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:244) Metode analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

3.8 Skala Pengukuran data

Menurut Sugiyono (2013: 92), Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah cara kuesioner. Skala yang akan digunakan adalah skala likert dengan interval: 5 = SS (Sangat Setuju), 4 = S (Setuju), 3 = N (Netral), 2 = TS (Tidak Setuju), dan 1 = STS (Sangat Tidak Setuju).

3.9 Pengujian Hipotesis

Penelitian ini juga menggunakan pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2013; 159), uji hipotesis merupakan respon sementara dari rumusan masalah penelitian, dan rumusan pertanyaan penelitian dirumuskan dalam bentuk pertanyaan. Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data di atas dapat diprosedur secara statistik, tergantung pada jenis data yang ditampilkan dalam format dan angka

3.9.1 Uji t

Pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial dilakukan dengan uji t. Pengujian ini dilakukan untuk melakukan ada tidaknya pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Pengaruh *Celebrity endorser* (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

- Ho = *Celebrity endorser*(X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Erigo
- Ha = *Celebrity endorser* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Erigo

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima
- Jika nilai $sig < 0,05$ maka Ho ditolak
- Jika nilai $sig > 0,05$ maka Ho diterima

Pengaruh Brand trust(X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

- Ho = Brand trust(X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Erigo
- Ha = Brand trust(X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Erigo

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- Jika nilai hitung $t > t_{tabel}$ maka Ho ditolak
- Jika nilai hitung $t < t_{tabel}$ maka Ho diterima
- Jika nilai $sig < 0,05$ maka Ho ditolak
- Jika nilai $sig > 0,05$ maka Ho diterima

3.9.2 Uji f:

Pengaruh *Celebrity endorser*(X1), *Brand trust*(X2), Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Erigo

Ho = *Celebrity endorser* (X1) *Brand trust* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Erigo.

Ha = *Celebrity endorser* (X1) *Brand trust*(X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Erigo.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima
 - b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ho ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F Tabel pada $db1 = k$ dan $db2 = n-k-1$
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α
4. (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai sig $< 0,05$ maka Ho ditolak
 - b. Jika nilai sig $> 0,05$ maka Ho diterima