

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Sugiyono (2012 : 55) Strategi yang digunakan adalah strategi Asosiatif yaitu strategi penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel atau lebih terhadap variabel terkait penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu Celebrity Endorserment (X1), Promosi Penjualan (X2), Keunggulan Merek (Y1), dan Minat Beli (Y2) yang merupakan variabel tersebut.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015), populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah dosen, karyawan dan mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rawamangun yang potensial menggunakan sepeda motor Honda Beat. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan pendapatan.

3.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui, sehingga jumlah sampel ditentukan sebesar 250 responden. Dengan demikian responden yang telah ditentukan 250 responden. Jumlah tersebut dianggap sudah cukup mewakili populasi yang teliti.

3.3. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

A. Data Primer

Pengertian data primer menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dari menyebarkan kuesioner ke Karyawan, Dosen dan Mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.

B. Data Sekunder

Pengertian data sekunder menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Penelitian ini menggunakan data sekunder mengenai *Top Brand Index* sepeda motor di Indonesia dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2019 yang diperoleh dari website AISI dan *top brand award*.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Pada bagian ini akan membahas tentang data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer. Data primer adalah data yang diperoleh seorang peneliti secara langsung dari obyeknya. Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara meminta keterangan dari responden perusahaan yaitu pelanggan perusahaan yang bersangkutan. Data primer dalam penelitian ini meliputi pernyataan kuesioner pada Dosen, Mahasiswa, dan Karyawan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

3.3.2.1 Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden

dengan panduan kuesioner. Dalam penelitian ini kuesioner disebarkan kepada Dosen, Karyawan dan Mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Rawamangun yang menggunakan sepeda motor Honda Beat, diharapkan melalui kuesioner peneliti mendapatkan data yang akurat dan informasi yang relevan mengenai penelitian. Kuesioner dalam penelitian ini dibuat menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, responden akan diberikan pertanyaan-pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban yang dianggap oleh responden sangat tepat. Penelitian ini menggunakan pengukuran variabel dengan skala Likert yang menggunakan metode scoring. Urutan scoring terdiri dari :

1. Angka 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan 5 (Sangat Setuju) untuk semua variabel.
2. Skala 1 – 5 untuk memudahkan responden dalam memberikan penilaian atas pertanyaan yang diajukan. Contoh untuk kategori pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju / sangat setuju :

No.	Pertanyaan	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu - Ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.4. Definisi Operasional Variabel

Operasional Variabel adalah suatu atribut seseorang atau obyek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:39).

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Celebrity Endorserment	Kekuatan/kemampuan yang dimiliki oleh	1. Daya Tarik 2. Kecocokan	Peter dan Olson

(X1)	seorang selebriti yang ada charisma yang dapat menarik konsumen	dengan Merek 3. Kredibilitas Selebriti	(2010)
Promosi Penjualan (X2)	Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan sebuah produk atau jasa	1. Potongan Harga 2. Hadiah Untuk Pelanggan 3. Penawaran Khusus	Kotler dan Armstrong (2008)
Keunggulan Merek (Y1)	Jenis asosiasi yang muncul dibenak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan kepada suatu merek. Asosiasi ini dapat dikonseptualisasi berdasarkan : jenis, dukungan, kekuatan, dan keunikan.	1. Keunikan 2. Ingatan	Shimp (2003)
Minat Beli (Y2)	Bagian dari komponen perilaku	1. Minat Transaksional	Augusty Ferdinand

	dalam sikap mengonsumsi kemungkinan bila pembeli bermaksud untuk membeli	2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif	(2006), Soesanto dkk (2007)
--	--	--	-----------------------------------

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Pengolahan Data

Pengolahan Data dalam penelitian ini menggunakan SPSS (Statistical Program For Social Sciences). Dengan menggunakan SPSS dalam mengolah data statistic agar bias lebih cepat dan tepat.

3.5.2. Penyajian Data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan dalam bentuk tabel supaya bias lebih sistematis dalam menganalisis data yang ada.

3.5.3. Analisis Statistik Data

Metode Analisis Statistik Data ini untuk melakukan perhitungan data yang sudah ada dalam rumusan masalah dan digunakan perhitungan untuk menguji hipotesis penelitian. Metode yang dipilih dengan tujuan penelitian yaitu menggunakan metode analisis koefisien determinasi dengan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan koefisien determinasi karena bentuk dari kerangka konseptual penelitian ini bersifat kausal atau hubungan sebab akibat.

Pengaruh antara variable X terhadap variable Y.

3.5.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini yaitu Analisis Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya

tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi Sugiyono (2017:147)

3.5.3.2 Analisis Kualitas Data

A. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument, dimana suatu instrument yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya instrument yang tidak valid mempunyai validitas rendah. Tinggi dan rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas tersebut. (Arikunto 2010:2011). Jika instrument dikatakan valid bila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang teliti secara tepat. (Rusman 2015:55). Instrument dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} . Untuk menentukan antara masing-masing butir item pertanyaan dengan skor totalnya dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

- r_{hitung} : koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari
 n : banyaknya responden (populasi)
 X : skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
 Y : skor total yang diperoleh dari seluruh item

Untuk mengetahui nilai r table yaitu :

- Apabila $r_{hitung} > r_{table}$, maka kuesioner tersebut valid
- Apabila $r_{hitung} < r_{table}$, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid

B. Uji Reabilitas

(Sugiyono, 2017:136) instrument dinyatakan reliable, jika koefisien reliabilitas minimal 0.60. Untuk diketahui jika suatu

instrument dinyatakan reliable bila nilai Alpha >0.60. Sedangkan instrument dinyatakan tidak reliable jika nilai Alpha <0.60.

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana:

$$r_b = \frac{(n \cdot \sum X_1 X_2) - (\sum X_1) \cdot (\sum X_2)}{\sqrt{[(n \cdot \sum X_1^2) - (\sum X_1)^2] \cdot [(n \cdot \sum X_2^2) - (\sum X_2)^2]}}$$

Keterangan:

r_i : reliabilitas internal instrument

r_b : koefisien korelasi *person product moment*

n : Jumlah anggota sampel

X_1 : Total skor butir ganjil

X_2 : Total skor butir genap

3.5.3.3 Koefisien Determinasi

A. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menyatakan variasi variabel independen dimana nilai koefisien determinasi itu Nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel – variabel dependen sangat terbatas, jadi nilai yang mendekati satu variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. (Ghazali 2013:97)

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

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

B. Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara parsial (Uji t) ataupun

secara bersama sama (Uji F). Hasil Pengujian secara simultan menunjukkan ada pengaruh yang nyata dari trustworthiness (Dapat Dipercaya), attractiveness (Daya Tarik) dan expertise (Keahlian) dengan bersama – sama dengan minat beli Sepeda Motor Honda di Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Rawamangun. Selanjutnya dilakukan pengujian secara parsial untuk melihat variabel X yang berpengaruh dominan terhadap minat beli.

1. Pengujian Parsial

1) Pengaruh X_1 (Celebrity Endorser) terhadap Y_1 (Keunggulan Merek)

$H_0: \rho_{y_1} = 0$: Koefisien korelasi populasi Celebrity Endorser tidak signifikan terhadap keunggulan merek.

$H_a: \rho_{y_1} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi Celebrity Endorser signifikan terhadap keunggulan merek.

2) Pengaruh X_2 (Promosi Penjualan) terhadap Y_1 (Keunggulan Merek).

$H_0: \rho_{y_2} = 0$: Koefisien korelasi populasi Promosi Penjualan tidak signifikan terhadap Keunggulan merek.

$H_a: \rho_{y_2} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi Promosi Penjualan signifikan terhadap Keunggulan Merek.

3) Pengaruh X_1 (Celebrity Endorser) terhadap Y_2 (Minat Beli).

$H_0: \rho_{y_3} = 0$: Koefisien korelasi populasi Celebrity Endorser tidak signifikan terhadap Minat

Beli.

$H_a: \rho_{y_3} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi Celebrity Endorser signifikan terhadap Minat Beli

4) Pengaruh X_2 (Promosi Penjualan) terhadap Y_2 (Minat Beli).

$H_0: \rho_{y_4} = 0$: Koefisien korelasi populasi Promosi Penjualan tidak signifikan terhadap Minat Beli.

$H_a: \rho_{y_4} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi Promosi Penjualan signifikan terhadap Minat Beli

5) Pengaruh Y_1 (Keunggulan Merek) terhadap Y_2 (Minat Beli).

$H_0: \rho_{y_4} = 0$: Koefisien korelasi populasi Keunggulan Merek tidak signifikan terhadap Minat Beli.

$H_a: \rho_{y_4} \neq 0$: Koefisien korelasi populasi Keunggulan Merek signifikan terhadap Minat Beli

Untuk membuat kesimpulan, nilai significance t dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

H_0 ditolak, jika *Significance t* $< 0,05$

H_0 diterima, jika *Significance t* $\geq 0,05$

2. Pengujian Hipotesis Simultan

- A. $H_0: \beta = 0$, Artinya variabel X_1, X_2 tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap Y_1, Y_2
- B. $H_0: \beta \neq 0$, Artinya variabel X_1, X_2 mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y_1, Y_2 .

Untuk membuat kesimpulan, nilai significance t dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria:

H_0 ditolak, jika *Significance F* $< 0,05$

H_0 diterima, jika *Significance F* $\geq 0,05$

Jadi, jika hasil pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan menyimpulkan H_0 ditolak berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan pengaruh dari variabel bebas tertentu terikat.