

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi dan Metode Penelitian

Berdasarkan masalah pokok penelitian , strategi yang diadopsi dalam penelitian ini strategi asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih. Dimana dalam penelitian ingin mengetahui pengaruh *Visibility* (popularitas) X1, *Credibility* (kepercayaan) X2 , *Attraction* (daya tarik) X3, dan *Power* (kemampuan) X4.

Metode survey dilakukan dalam penelitian ini , dimana penelitian ini memilih pada analisis kuantitatif, mengambil dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, dan wawancara terstruktur sesuai target yang ditentukan (Sugiyono 2017:6).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Pada bagian ini akan mendeskripsikan populasi dan ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Arikunto (2016: 174) berpendapat bahwa sampel akan menjadi responden atau sumber data peneliti, dan kelompok ini adalah seluruh objek penelitian.

Menurut Sugiyono (2017: 80), “Populasi adalah bidang yang digeneralisasikan, terdiri dari objek atau subyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditentukan oleh peneliti dan kemudian disimpulkan”..

Penjelasan lebih lanjut mengenai populasi menurut Umar Sekaran dan Bougie (2013: 89) menunjukkan bahwa populasi adalah sekelompok orang, peristiwa atau hal yang menjadi minat peneliti.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan suatu objek atau subjek dalam suatu wilayah dan memenuhi kriteria tertentu terkait dengan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh followers Chelsea Islan yang menyukai atau memberikan like pada postingan iklan smartphone Oppo di akun instagram Chelsea Islan pada 11 Oktober 2020 yang berjumlah 121.497 followers .

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel penelitian merupakan sebagian dari populasi yang diteliti. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan penelitian sampel *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017: 82), *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel. Sedangkan Purposive sampling menurut Sugiyono (2017:85) merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan diteliti sesuai standar tertentu, dengan tujuan agar data yang diperoleh lebih *representatif*., Sugiyono (2017:85).

Kriteria responden yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pria atau wanita dalam rentang usia dari 16 - 30 tahun baik pelajar maupun pekerja. Dalam rentang usia tersebut, diharapkan responden dapat mengevaluasi secara objektif pernyataan dalam kuesioner terkait variabel penelitian.
2. Mengikuti atau memfollow akun instagram Chelsea Islan serta menyukai postingan iklan produk Smartphone merk Oppo

Adapun untuk menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus *Slovin*, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Total Populasi

e = Nilai kritis atau batas toleransi kesalahan

Dalam rumus slovin terdapat dua ketentuan untuk menentukan toleransi kesalahan, yaitu :

1. Nilai $e = 10\%$ (0,1) apabila populasi dalam jumlah yang besar
2. Nilai $e = 20\%$ (0,2) apabila populasi dalam jumlah yang kecil

Menurut Sugiyono (2014; 81), sampel merupakan bagian dari ukuran dan karakteristik populasi. Jika populasinya besar maka tidak mungkin peneliti mengkaji segala sesuatu yang ada dalam populasi tersebut, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, dan lain sebagainya peneliti dapat menggunakan sampel yang diperoleh dari populasi tersebut. Sampel yang dikumpulkan harus benar-benar mewakili (representatif).

Menurut Hendryadi (2019: 168), jika populasi terlalu besar saat pengambilan sampel secara langsung dari setiap anggota, rumus Slovin dapat digunakan untuk menghitung besar sampel yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini penulis tidak mungkin mempelajari semua populasi, hal ini disebabkan banyak faktor, seperti keterbatasan biaya, ketersediaan tenaga dan waktu. Oleh karena itu, peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan pada bagian yang diambil tersebut mewakili bagian lain yang tidak diteliti. Dalam rangka mempermudah melakukan penelitian yang diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar seperti populasi pengguna akun Instagram yang menjadi followers akun Chelsea Islan, yang berarti sampel tersebut harus representatif mewakili dari populasi. Jumlah followers Chelsea Islan yang menyukai postingan produk smartphone Oppo pada 11 Oktober 2020 (gambar 1.3) adalah sebanyak 121.497 followers dan merupakan populasi dalam jumlah yang besar oleh karena itu toleransi kesalahan yang digunakan adalah sebesar 10% (0,1). Untuk mengetahui sampel penelitian maka digunakan rumus Slovin dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{121.497}{1 + 121.497(0,1)^2} = 99,91$$

Hasil perhitungan rumus Slovin adalah sebesar 99,91 yang berarti butuh 99,91 sampel yang digunakan untuk penelitian ini. Namun, Untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel sebesar 99,91 dibulatkan menjadi 100. Dengan begitu untuk penelitian ini dibutuhkan sebanyak 100 responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data adalah segala informasi atau informasi yang digunakan sebagai responden atau informasi yang bersumber dari dokumen, baik dalam bentuk statistik maupun untuk keperluan penelitian lainnya. Data diperoleh dari nilai satu atau lebih variabel dalam suatu sampel atau populasi. Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan data kuantitatif karena peneliti ingin mengetahui pengaruh *Celebrity endorser* terhadap minat beli. Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dengan angka atau digital.

Menurut Sugiyono (2015:223), terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas data penelitian yaitu kualitas perangkat penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian mengenai validitas dan reliabilitas, kualitas instrumen dan pengumpulan data mengenai metode pengumpulan data. Oleh karena itu, instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya tidak dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel. Jika instrumen tidak digunakan dengan benar dalam pengumpulan data. Tahapan pengumpulan data merupakan salah satu tahapan untuk menentukan proses dan hasil penelitian yang akan dilakukan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data mengacu pada informasi yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti melalui survei, wawancara, focus group atau observasi (Sekaran, 2017: 41). Data mentah tersebut dapat diperoleh melalui kuesioner yang disebar dan diisi oleh responden yang telah ditentukan sebelumnya. Data utama penelitian ini adalah data tentang tanggapan responden terhadap variabel *Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, dan *Power*, serta data yang menunjukkan minat responden untuk membeli smartphone Oppo. Menurut Sugiyono (2014; 142) Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dijawab dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pertanyaan

tertulis kepada responden. Kuesioner dapat berupa pernyataan / pertanyaan tertutup atau terbuka, dan dapat diberikan kepada responden secara langsung, atau dikirim melalui surat atau internet.

Adapun langkah-langkah dalam pembuatan dan penyebaran kuesioner diantaranya:

- a) Menyusun kisi-kisi angket atau pertanyaan.
- b) Merumuskan item pertanyaan dan alternatif jawaban. Jenis instrumen yang digunakan dalam kuesioner ini bersifat terbuka dan tertutup, bahwa responden hanya perlu mengisi kuesioner pada jawaban yang sudah disediakan dengan dalam bentuk pilihan.
- c) Menetapkan jumlah nilai/skor setiap item pertanyaan. Dalam penelitian ini setiap jawaban / komentar responden atas pertanyaan dihitung menggunakan skala interval dengan semantic defferensial.
- d) Kuesioner disebar melalui media online, yakni melalui Google Form. Kemudian dibagikan langsung kepada pengguna Instagram yang menjadi followers akun Instagram Chelsea Islan yang menyukai postingan produk smartphone Oppo dengan berupa link dari Google Form yang telah dibuat .
- e) Kuisisioner berupa link Google form dikirimkan ke pengguna Instagram dengan berbagai cara, yaitu melalui aplikasi media sosial, Instagram, WhatsApp, dan lain sebagainya serta dikirimkan pada alamat e-mail yang tertera pada profil dari pengguna Instagram yang menjadi followers Chelsea Islan.

2. Data sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang digunakan sebagai referensi untuk menyusun tinjauan pustaka atau teori yang berkaitan dengan variabel *Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, *Power* dan minat beli serta terkait dengan manajemen pemasaran..

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi yaitu batasan atau makna variabel, yang mengukur variabel dengan menentukan operasi yang harus dilakukan peneliti. Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana mengukur variabel. Karena ada variasinya, maka dinamai variabel. Untuk melakukan diversifikasi, peneliti harus didasarkan pada sekumpulan sumber data atau objek yang berbeda. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2015: 95) variabel adalah struktur atau sifat yang akan dipelajari. Oleh karena itu, penulis akan dapat mengetahui bagaimana mengukur variabel berdasarkan konsep yang berupa indikator dalam kuesioner.

3.4.1 Indikator dan Sub Indikator Antar Variabel

Tabel 3.1 Variabel, Indikator, Sub Indikator Antar Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item
<i>Visibility</i> (Kepopuleran) X1	Mengacu pada kepopuleran, pengalaman, serta keterampilan yang dimiliki seorang endorser terhadap topik iklannya	Terkenal dan Populer	1
		Pengalaman sebagai <i>Celebrity Endorser</i>	2
		Keterampilan sebagai <i>Celebrity Endorser</i>	3

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item
<i>Credibility</i> (Kepercayaan) X2	Kepercayaan mengacu pada kejujuran, integritas dan dapat dipercayainya seorang sumber atau pendukung	<i>Celebrity Endorser</i> memiliki sifat jujur	4
		<i>Celebrity Endorser</i> memiliki integritas	5
		Kemampuan <i>Celebrity Endorser</i> mengkomunikasikan produk	6
<i>Attraction</i> (Daya Tarik) X3	Menarik dari segi fisik, meliputi sejumlah karakteristik yang dapat dilihat khalayak dalam diri endorser, kecerdasan, sifat kepribadian, gaya hidup.	Fisik yang menarik	7
		Kecerdasan yang dimiliki <i>Celebrity Endorser</i>	8
		Kepribadian dan Gaya hidup <i>Celebrity Endorser</i>	9

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item
<i>Power</i> (Kemampuan) X4	Besarnya pengaruh yang dimiliki oleh seorang komunikator.	Kemampuan <i>Celebrity Endorser</i> dalam menarik perhatian	10
		Pesona <i>Celebrity Endorser</i> dalam Membintangi iklan	11
Minat Beli (Y)	Suatu tindakan yang dilakukan konsumen sebelum mengambil keputusan pembelian suatu produk	Minat transaksional	12
		Minat referensial	13
		Minat preferensial	14
		Minat eksploratif	15

Sumber : Percy & Rosister, dalam kertamukti (2014) , Ferdinand (2014)

3.4.2 Skala dan Angka Penafsiran

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dijawab dengan memberikan rangkaian pernyataan tertulis kepada responden. Untuk mengevaluasi sikap dan pendapat responden, penelitian ini menggunakan skala likert, yang digunakan untuk mengukur pandangan dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap kejadian tersebut. sebagai berikut:

Tabel 3.2. Pemberian Skor Untuk Jawaban Kuesioner

No	Pernyataan	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017)

Dengan menggunakan Skala Likert, variabel yang dapat diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Jawaban atas pernyataan tersebut akan diperoleh hingga suatu kesimpulan tercapai.

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan penyederhanaan data menjadi bentuk yang mudah diinterpretasikan. Analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah. Analisis data merupakan salah satu kegiatan penelitian berupa proses penyusunan dan pengelolaan data guna menafsirkan data yang telah diperoleh.

Menurut Sugiyono (2016:147) yang dimaksud dengan teknik analisis data adalah: “Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah : mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan”.

Data yang terkumpul dari kuesioner selanjutnya diolah. Setelah pengolahan data, kemudian diperoleh hasil atau output dari operasi perkalian, penjumlahan, pembagian, pengakaran, pemangkatan, serta pengurangan. Hasil pengolahan data akan ditampilkan dalam bentuk tabel sehingga data mudah dibaca dan dipahami. Rencana pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan komputer yaitu program SPSS (*Software Products and Service Solutions*) versi 26. Hasil analisis data akan mencetak tabel regresi berganda dengan harapan tidak terjadi kesalahan yang besar.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang benar-benar mengukur apa yang akan diukur, Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi keefektifan suatu alat tes dan pengukuran, maka semakin baik tes tersebut berjalan sesuai dengan targetnya, atau semakin banyak yang ditampilkan maka seharusnya isinya menampilkan untuk diukur. Oleh karena itu, validitas dirancang untuk mengukur pertanyaan-pertanyaan yang telah terjawab dalam kuisisioner dan benar-benar dapat mengukur pertanyaan-pertanyaan yang ingin diukur. Menurut Sugiyono (2016: 267) validitas adalah derajat kepastian antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Oleh karena itu, data yang valid adalah data (tidak ada perbedaan) antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian..

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua

skor pertanyaan. Data yang diperoleh ditabulasikan, kemudian dilakukan analisis faktor untuk mengajukan *construct validity* dengan menggunakan metoda korelasi sederhana (r hitung), yaitu mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Alat pengujian validitas ini menggunakan rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut:

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

Rhitung=	Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari
N	= Banyaknya responden (Populasi)
X	= Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
Y	= Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Langkah selanjutnya adalah secara statistik, angka korelasi yang diperoleh dengan melihat tanda bintang pada hasil skor total, atau membandingkan dengan angka bebas korelasi nilai r yang menunjukkan valid.

Uji validitas *instrument* dilakukan dengan menggunakan statistical *Program for Social Science* (SPSS) Versi 26.0. bertujuan untuk melihat valid atau tidaknya kuesioner, maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected item-total Correlation* pada tabel item-total statistik hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut.

- Apabila r hitung > r tabel, maka kuesioner tersebut valid
- Apabila r hitung < r tabel, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid

3.5.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran digunakan Objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012: 177). Sedangkan menurut (Syofian Siregar 2015:55) Reliabilitas adalah untuk menentukan seberapa konsisten hasil pengukuran, jika dua atau lebih pengukuran gejala yang sama dilakukan dengan menggunakan alat ukur yang sama maka hasil pengukuran tetap konsisten. Nilai yang terukur dapat dipercaya (Sambas Ali Muhidin dan Mamam Abdurrahman, 2014).

Cronbach Alpha digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen, dan metode ini digunakan untuk menghitung reliabilitas tes yang mengukur karakteristik. Jika koefisien reliabilitas 0,60 atau lebih tinggi maka dapat dikatakan instrumen penelitian dengan menggunakan Cronbach Alpha reliabel (Sugiyono, 2015: 184).

Uji reabilitas dilakukan setelah uji validitas dan yang diuji merupakan pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Koefisien reliabilitas yang besarnya antara 0,50 -0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,6 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel

3.5.3 Analisis Statistik Data

3.5.3.1 Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2016: 97) disebutkan bahwa koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Kisaran koefisien determinasi adalah dari nol hingga satu. Nilai R^2 yang

kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

- a) Jika kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* lemah.
- b) Jika kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* kuat.

3.5.4 Pengujian Hipotesis

3.5.4.1 Uji t (pengujian Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

Tingkat signifikansi (Sig t) masing – masing variabel independen dengan taraf sig $\alpha = 0,05$. Apabila tingkat signifikansi (Sig t) lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$, maka hipotesisnya diterima yang artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Sebaliknya bila tingkat signifikansinya (Sig t) lebih besar daripada $\alpha = 0,05$, maka hipotesisnya tidak diterima yang artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya (Gozhali ,2016;98). Jika dinyatakan secara statistik adalah sebagai berikut:

- a. Hipotesis nol (H_0) yang ingin di uji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol, atau:

$H_0 : \beta_i = 0$: artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Hipotesis alternatif (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$H_0 : \beta_i \neq 0$: artinya variabel tersebut merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen.

- Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05).

- Kriteria pengujian hipotesis: H_0 ditolak, jika *significance t* < 0,05

H_a diterima, jika *significance t* > 0,05

3.5.4.2 Uji f (Pengujian simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau : $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ artinya adalah persepsi *Visibility* (popularitas), persepsi *Credibility* (kepercayaan), dan persepsi *Attraction* (daya tarik), *Power* (kemampuan) secara bersama- sama tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan.

Hipotesis alternatif (H_a), tidak semua parameter simultan dengan nol, atau $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ yang artinya persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan.

a. Kriteria pengujian dengan taraf nyata

1. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
2. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

b. Kriteria Pengujian Hipotesis

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima. Artinya seluruh variabel independen merupakan penjelas terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak. artinya seluruh variabel independen bukan merupakan penjelas terhadap variabel dependen.