

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan strategi asosiatif, dimana strategi asosiatif menurut Sugiyono (2017:37) adalah suatu rumusan masalah penelitian yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Peneliti memilih strategi asosiatif karena peneliti menggunakan dua variabel yang berbeda, yaitu variabel X (*celebrity endorser, brand image* dan *brand trust*) dan variabel Y (keputusan pembelian). Kelebihan dari strategi asosiatif adalah peneliti dapat mengetahui pengaruh antar variabel.

Pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dimana definisi pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2017:8) adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2017:80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi Umum didalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk di Gildak Rawamangun.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017:81) sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan demikian sampel adalah sebagian populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Metode penentuan sampel yang digunakan didalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* yaitu dengan metode pengambilan sampel secara *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* menurut Sugiyono (2017:85) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Kekuatan dari metode *purposive sampling* yaitu data yang terpilih merupakan data yang relevan dengan penelitian, karena terseleksi serta pelaksanaannya akan lebih murah dan

mudah. Jumlah pada sampel yang digunakan didalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden, hal ini menunjukkan bahwa untuk ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Maka, penentuan jumlah sebanyak 100 responden ini sudah masuk dalam kriteria sehingga layak untuk diteliti dalam suatu penelitian.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer. Menurut Sugiyono (2017:137) sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan sumber data primer dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Interview (wawancara)

Wawancara digunakan jika ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Selain itu, wawancara juga digunakan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dengan jumlah partisipan yang sedikit.

b. Kuesioner (Angket)

Merupakan teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari partisipan. Kuesioner digunakan pada penelitian yang memiliki jumlah partisipan yang cukup besar.

c. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Metode observasi digunakan pada penelitian yang objeknya dapat diamati seperti, perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam. Observasi digunakan pada penelitian yang memiliki partisipan dalam jumlah kecil.

Berdasarkan pemaparan di atas, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner (angket). Dengan cara menyebarkan kuesioner *online* dengan menggunakan *google form* melalui media sosial. Kuesioner pada penelitian ini menggunakan Skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2017:93) skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang

tentang kejadian tertentu. Dalam penelitian ini instrument dapat diukur dengan bobot nilai seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert untuk Instrument Penelitian

No.	Pernyataan	Kode	Bobot Nilai
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

Sumber : Sugiyono (2017:93)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Tiga variabel independen (bebas) terdiri dari *celebrity endorser* (X_1), *brand image* (X_2) dan *brand trust* (X_3), sedangkan satu variabel dependen (terikat) yaitu keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.2. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	No. Item
<i>Celebrity Endorser</i> (X_1) Percy dan Rossiter (Sharon, 2018:392)	<i>Visibility</i>	1 – 3
	<i>Credibility</i>	4 – 5
	<i>Attraction</i>	6 – 7
	<i>Power</i>	8
<i>Brand Image</i> (X_2) Kotler dan Keller (2013:97)	<i>Brand Identity</i>	9
	<i>Brand Personality</i>	10
	<i>Brand Association</i>	11
	<i>Brand Attitude & Behavior</i>	12
	<i>Brand Benefit & Competence</i>	13
<i>Brand Trust</i> (X_3) Lau dan Lee (Handayani dan Martini, 2015:5)	<i>Brand Characteristic</i>	14 – 16
	<i>Company Characteristic</i>	17 – 20
	<i>Consumer – Brand Characteristic</i>	21 – 25
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Keller (2016:201)	<i>Product Choice</i>	26
	<i>Brand Choice</i>	27
	<i>Dealer Choice</i>	28
	<i>Purchase Amount</i>	29

Variabel	Indikator	No.Item
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Keller (2016:201)	<i>Purchase Timing</i>	30
	<i>Payment Method</i>	31

3.5. Metoda Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017:244) analisis data adalah sebuah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi yaitu dengan cara mengorganisasikan data tersebut ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, lalu membuat kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3.5.1. Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*) versi 26.0 dengan tujuan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang tepat dan akurat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner dimana kuesioner sebagai instrument penelitian merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3.5.2. Cara Penyajian Data

Penyajian data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu berupa tabel dalam menjelaskan hasil penelitian yang akan diuji seperti hasil perhitungan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinasi, uji t (parsial) dan uji F (simultan).

3.5.3. Alat Analisis Statistik Data

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125), validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Valid nya suatu instrumen kuesioner berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya dapat menjadi tolak ukur variabel yang ada didalam suatu penelitian, jika instrumen kuesioner tersebut tidak valid berarti instrumen tersebut bisa dikatakan tidak dapat digunakan dalam mengukur suatu variabel yang ada didalam suatu penelitian.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan tetap konsisten. Pengujian reliabilitas instrument ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*, metode ini digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Menurut Sugiyono (2017:121) instrumen reliabel yaitu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur suatu objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga. Pengujian realibilitas data yaitu menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen penelitian dapat dikatakan *reliable* apabila nilai r sebesar 0,6 atau lebih.

3. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel X dalam menerangkan keputusan pembelian. Nilai yang ada didalam koefisien determinasi yaitu antara nol sampai dengan satu. Nilai koefisien determinasi (r^2) yang nilainya kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, nilai yang mendekati angka satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Koefisien Determinasi (r^2) dapat diperoleh dengan menggunakan rumus yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Determinasi Korelasi

3.5.4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama dengan (uji F). Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai koefisien determinasi merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r^2). Oleh karena itu, dalam pengajuan hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap ρ .

1. Pengujian hipotesis secara parsial

Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

1. Pengaruh X_1 (*Celebrity Endorser*) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0: \rho_{Y1.23} = 0$ Koefisien korelasi populasi antara *celebrity endorser* dengan keputusan pembelian tidak signifikan.

$H_a: \rho_{Y1.23} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara *celebrity endorser* dengan keputusan pembelian signifikan.

2. Pengaruh X_2 (*Brand Image*) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0: \rho_{Y2.13} = 0$ Koefisien korelasi populasi antara *brand image* dengan keputusan pembelian tidak signifikan.

$H_a: \rho_{Y2.13} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara *brand image* dengan keputusan penggunaan signifikan.

3. Pengaruh X_3 (*Brand Trust*) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0: \rho_{Y3.12} = 0$ Koefisien korelasi populasi antara *brand image* dengan keputusan pembelian tidak signifikan.

$H_a: \rho_{Y3.12} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara *brand image* dengan keputusan pembelian signifikan.

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

c. Kriteria Pengujian

H_0 ditolak, jika signifikan $t < 0,05$

H_0 diterima, jika signifikan $t \geq 0,05$

d. Menghitung nilai signifikan t diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 26.0

e. Kesimpulan:

Jika hasil pengujian hipotesis secara parsial H_0 ditolak dengan kata lain koefisien korelasi sampel signifikan, berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan adanya pengaruh perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat.

2. Pengujian hipotesis secara simultan

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simultan yaitu sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis

1. Pengaruh X_1 (*Celebrity Endorser*), X_2 (*Brand Image*), dan X_3 (*Brand Trust*) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

$H_0: \rho_{y_{123}} = 0$ Koefisien korelasi populasi antara *celebrity endorser*, *brand image* dan *brand trust* dengan keputusan pembelian tidak signifikan

$H_a: \rho_{y_{123}} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara *celebrity endorser*, *brand image* dan *brand trust* dengan keputusan pembelian signifikan

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

- c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak, jika signifikan $F < 0,05$

H_0 diterima, jika signifikan $F \geq 0,05$

- d. Menghitung nilai signifikan F diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 26.0

- e. Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan. H_0 ditolak dengan kata lain koefisien korelasi populasi signifikan, berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan adanya pengaruh perubahan variabel bebas tertentu (variabel bebas lain konstan) terhadap variabel terikat.