

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Operasional

Metode (*method*), secara harfiahnya mempunyai artcara. Selain itu, metode atau yang disebut dengan kata lain metodik merupakan bahasa yang berasal dari bahasa *Greeka*, *metha* yang mempunyai arti melalui atau melewati, dan *hodos* yang berarti jalan atau cara, jadi denga beberapa arti tersebut, metode dapat berarti jalan atau cara yang harus di lalui untuk mencapai tujuan tertentu yang diinginkan.

Metode adalah sebuah prosedur atau cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yang diharapkan sebelumnya. Ada satu istilah yang erat kaitannya dengan dua istilah ini, yaitu teknik yang merupakan cara spesifik dalam memecahkan masalah tertentu yang ditemukan dalam melaksanakan prosedur penelitian.

Sedangkan pengertian organisasi dan metode secara lengkapnya adalah rangkaian proses kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kegunaan segala sumber dan faktor yang menentukan berhasilnya proses manajemen, terutama adalah dengan memperhatikan fungsi dan dinamika organisasi atau birokrasi dalam rangka mencapai tujuan yang sah ditetapkan.

3.1.1. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah suatu sifat, atribut atau nilai dari orang, objek, kegiatan yang mempunyai variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2007).

Didalam penelitian yang dilakukan ini, terdapat dua variable yang diteliti antara lain :

1) Variabel bebas (*Independent*)

Variabel bebas (*Independent*) adalah variabel yang akan mempengaruhi atau yang akan menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*).

2) Variabel terikat (*Dependent*)

Variabel terikat (*Dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

3.1.2. Variabel Definisi Operasional

1) Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian yaitu konsumen memutuskan bertindak dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk/ jasa tertentu. Indikatornya menurut Vidyayanti (2010:234) dalam jurnal yang diteliti oleh Valentine Parengkuan (2014). Adapun indikator dari Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut :

- a. Pengenalan masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Penilaian alternative

- d. Keputusan membeli
- e. Perilaku setelah membeli

2) Media Iklan (X1)

Media Iklan merupakan segala bentuk presentasi non pribadi promosi barang, gagasan, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar) Tjetjep Djatnika (2007) . Adapun indikator dari iklan adalah sebagai berikut :

- a. Pesan yang disampaikan dalam iklan
- b. Efektivitas media yang digunakan
- c. Persepsi konsumen mengenai produk setelah iklan ditampilkan
- d. Kejelasan pesan
- e. Perolehan informasi dari iklan
- f. Minat konsumen akan iklan
- g. Kepercayaan konsumen akan produk
- h. Keyakinan untuk membeli produk
- i. Kecenderungan akan melakukan pembelian
- j. Kesesuaian produk berdasarkan iklan

3) *Brand Image* (X2)

Brand Image adalah interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima konsumen terhadap KLND Store. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut :

- a. Merek tersebut mempunyai citra positif dibenak konsumen

- b. Merek tersebut mempunyai ciri khas yang membedakan produknya dengan competitor
- c. Merek produk tersebut dikenal luas oleh masyarakat

4) *Celebrity Endorsment* (X3)

Celebrity Endorsment yaitu pribadi (bintang film, penghibur, atau atlet) yang dikenal masyarakat dan dipilih untuk mewakili sebuah produk. Indikator dari *Celebrity Endorsment* menurut (Ankasanicara, 2012 : 213) dalam jurnal Valintine Parengkuan (2014) yaitu :

- a. *Explicit* (saya mengendorse produk ini)
Selebriti sama – sama mengendorse produk ini.
- b. *Implicit* (saya menggunakan produk ini)
Selebriti menggunakan produk ini. Dalam hal ini produk di KLND Store.
- c. *Imperative* (Anda sebaiknya menggunakan produk ini)
Selebriti menyarankan menggunakan produk ini. Dalam hal ini produk di KLND Store.
- d. *Co- presentasional mode* (menggunakan sebuah produk dalam kehidupan sehari-hari)

3.2. Jenis dan Sumber Data

3.2.1. Jenis Data

Menurut (Sugiyono, 2007), jenis data penelitian dibagi menjadi dua yaitu :

a. Data Kualitatif

Data Kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar.

b. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Scoring : Sangat Setuju = 5, Setuju = 4, Netral = 3, Tidak Setuju = 2, Sangat Tidak Setuju = 1) .

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu dengan menggunakan *scoring*.

3.2.2. Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu data primer (*primary data*) dan data sekunder (*secondary data*).

a. Data Primer (*Primary Data*)

Data primer (*primary data*) menurut (Kuncoro, 2009) adalah data yang diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original.

Dalam penelitian ini, mempergunakan data primer berupa data yang diambil dari kuisisioner.

b. Data Sekunder (*secondary data*)

Data sekunder (*secondary data*) menurut (Kuncoro, 2009) adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan

dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Data sekunder, dapat diperoleh melalui buku, perpustakaan, jurnal dan internet.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut (Nur Indiantoro, 2002), Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk pada KLND Store dan jumlahnya tidak terhitung atau tidak dapat diketahui secara pasti.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari elemen-elemen populasi (Nur indiantoro, 2002). Dalam penelitian ini populasinya berukuran besar dan tidak diketahui dengan pasti jumlahnya. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan tidak diketahui, maka digunakan rumus Rao Purba, yaitu :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

Z : tingkat keyakinan dalam penentuan sampel, 95% = 1,96

Moe : margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, disini ditetapkan sebesar 10%.

Besarnya sampel dapat dihitung :

$$\begin{aligned}n &= \frac{Z^2}{4(moe)^2} \\ &= \frac{1,96}{4(0,1)^2} \\ &= 96,04 (97)\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 96,04. Guna menghindari kesalahan yang terjadi pada saat pengumpulan data dari responden, maka sampel dibulatkan menjadi 97 responden.

3.3.3. Teknik Sampling

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yaitu teknik sampling yang diambil dari kriteria tertentu. Misalnya dari umur, kelas, atau sebuah kelompok. (Burhan Bungin, 2005). Dalam penelitian ini menggunakan kriteria Pendidikan Terakhir yaitu dari SMP hingga S2, jenis kelamin dan umur.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Didalam proses pengolahan data adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1) Editing

Yaitu mengoreksi terhadap kemungkinan terjadinya kesalahan-kesalahan terhadap data yang telah diperoleh berdasarkan hasil penelitian.

2) Coding

Yaitu data yang telah dikumpulkan diberi kode-kode kemudian diolah lebih lanjut.

3) Scoring

Yaitu mengolah data yang ada dengan cara member penilaian data yang telah masuk, kemudian diberi skor pada setiap jawabann yang diperoleh dari responden. Menurut (Sugiyono, 2002) adapun skornya sebagai berikut :

- a. Jawaban SS (Sangat Setuju) bobotnya 5
- b. Jawaban S (Setuju) bobotnya 4
- c. Jawaban N (Netral) bobotnya 3
- d. Jawaban TS (Tidak Setuju) bobotnya 2
- e. Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) bobotnya 1

4) Tabulating

Yaitu memasukkan data yang telah diklasifikasikan dalam tabel yang telah disediakan.

3.5. Metode Analisa Data

3.5.1. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

3.5.1.1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban dari item-item pertanyaan pada suatu kuisiner. Suatu kuisiner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kriteria Reliabilitas menurut

Nunally (1994) dalam Imam Ghozali (2011) menyatakan bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* > 0,6. Perlakuan terhadap variabel yang tidak reliabel yaitu harus ditambah sampelnya atau menambah atau mengurangi indikatornya.

3.5.1.2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Dikatakan valid jika pertanyaan kuisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Pengukurannya dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- a. $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan valid.
- b. $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan tidak valid.
- c. $r_{hitung} > r_{tabel}$ tetapi negatif, maka item pertanyaan tidak valid.

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya apakah mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik harus mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali 2011). Pengujian dilakukan dengan analisis grafik (*scatterplot*) yakni dengan melihat normal *probability* plot yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis

lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Uji normalitas lain pada penelitian ini menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov Smirnov (K-S). Kriteria dalam pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov Smirnov (K-S) adalah apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, maka data dikatakan normal dan sebaliknya apabila nilai $\text{sig} < 0,05$, maka data dikatakan tidak normal (Ghozali, 2006).

3.5.2.2. Uji Multikolinieritas

Tujuan dilakukannya pengujian multikolinieritas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika ada korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multiko). Model yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel independen. Cara untuk mendeteksi gejala multikolinieritas sebagai berikut (Imam Ghazali, 2005) :

- 1) Besaran VIF (Variance Infalation Factor) dan Tolerance.

Nilai cutoff yang umum dipakai sebagai pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah :

- a. Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1
 - b. Mempunyai nilai Tolerance mendekati 1
- 2) Besaran korelasi antar variabel independen

Pedoman suatu regresi yang bebas multiko adalah :

Koefisien korelasi antar variabel independen haruslah lemah (dibawah 0,9). Jika korelasi kuat, maka terjadi problem multikolinieritas. Bila terjadi multikolinieritas, dapat dilakukan langkah dengan mengeluarkan salah satu variabel. Misalnya variabel independen A dan B saling berkorelasi dengan kuat, maka dipilih variabel A atau B yang dikeluarkan dari model regresi.

3.5.2.3. Uji Heterokedastitas

Menurut Imam Ghozali Uji heterokedastitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Penelitian ini menggunakan Uji Gletser untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Gujarati, 2003) dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

Jika nilai Sig variabel independen $< 0,05$ terjadi Heterokedastitas
Jika nilai Sig variabel independen $> 0,05$ tidak terjadi Heterokedastitas

3.5.3. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh media iklan, brand image, dan celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen di KLND Store. Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005:82) :

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

b₁ = Koefisien regresi variabel X₁

b₂ = Koefisien regresi variabel X₂

b₃ = Koefisien regresi variabel X₃

X₁ = Media Iklan

X₂ = Brand Image

X₃ = Celebrity Endorsment

e = *error* / variabel pengganggu

Koefisien variabel independen dalam persamaan regresi tersebut akan diinterpretasikan dengan menggunakan *Standardized Beta Coefficients*, dalam hal ini disebabkan unit ukuran dari variabel independen tidak sama. Keuntungan menggunakan *Standardized Beta Coefficients* adalah dapat mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen (Ghozali, 2005).

3.5.4. Uji Hipotesis

3.5.4.1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama

(simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005:84). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah :

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu media iklan, brand image dan *celebrity endorsement* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu media iklan, brand image, dan *celebrity endorsement* mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2005:84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka Ho diterima, Ha ditolak.
- b. Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka Ho ditolak, Ha diterima.

Taraf nyata (α) yang digunakan = 0,05 dan f tabel ditentukan dengan derajat bebas.

$$V_1 = k - 1 \text{ dan } V_2 = n - k - 1$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

k = variabel bebas

Dan untuk uji statistik menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2(K-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

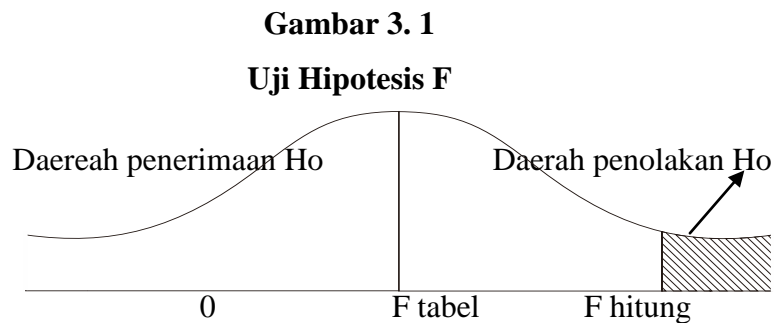
Dimana :

R^2 = Koefisien determinasi berganda

n = jumlah responden

k = variabel bebas

Hasil uji F dapat digambarkan seperti pada gambar 3.1



3.5.3.2. Uji t (Pengujian secara parsial)

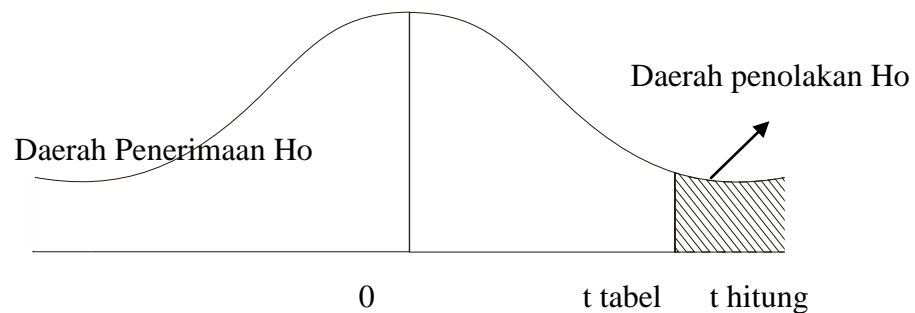
Uji t digunakan untuk membuktikan dan mengetahui pengaruh media iklan, brand image dan celebrity endorsment secara individual terhadap variabel keputusan pembelian di KLND Store.

Hipotesis yang akan diuji mempunyai kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Apabila probabilitas kurang dari 5% = 0,05 maka hipotesis diterima
 $df = n - k - 1$
- 2) Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5% maka hipotesis ditolak
 $H_0 : \beta = 0$, menggambarkan tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a : \beta > 0$, menggambarkan ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Gambar 3. 2
Uji Hipotesis t



3.5.3.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, Selain itu koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

Koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

R = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

3.5.3.4. Analisa Regresi Berganda

Analisis Korelasi Berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel independen secara simultan (bersama-sama) dengan variabel dependen. Menurut (Sugiyono, 2008), analisis korelasi berganda dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{(1,2)} = \frac{b_1 \sum x_1 Y + b_2 \sum x_2 Y}{\sum Y^2}$$

Dimana:

$R_{(1,2)}$ = Korelasi antara variabel X_1 , X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

X_1 = Variabel independen 1

X_2 = Variabel independen 2

b_1 = Koefisien arah regresi yaitu menyatakan perubahan nilai Y apabila terjadi perubahan nilai X_1

b_2 = Koefisien arah regresi yaitu menyatakan perubahan nilai Y apabila terjadi perubahan nilai X_1

Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian).