

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data – data yang berkenaan dengan masalah yang penulis teliti (Supardi, 2005, hal. 34).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, hal. 13). Dalam penelitian ini digunakan metode survey, karena informasi dikumpulkan dengan menggunakan penyebaran kuesioner kepada Mahasiswi yang akan membeli dan menjelaskan tentang pengaruh *celebrity endorser* (Zaskia Sungkar) terhadap keputusan pembelian produk Wardah.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian ini adalah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang beralamat di Jl. A. Yani Km,4,5 Banjarmasin.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda atau lembaga (organisasi). Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian. Didalam subjek penelitian terdapat objek penelitian. Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin yang memutuskan untuk membeli produk Wardah.

1. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan objek yang menjadi sasaran penelitian. Pada penelitian ini yang menjadi sasaran objek adalah *Celebrity endorser (Zaskia Sungkar)* terhadap keputusan pembelian produk Wardah.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Nur Asnawi dan Masyhuri (2011, hal. 117) Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi masalah sasaran penelitian.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswi aktif di fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah UIN Antasari Banjarmasin yang mengetahui, pernah melihat iklan produk Wardah atau pernah membeli produk Wardah dan juga telah memakai produk tersebut. Peneliti menetapkan mahasiswi fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah UIN Antasari Banjarmasin yang

berjumlah 710 orang mahasiswi akan tetapi yang pernah melihat dan menggunakan produk Wardah belum diketahui jumlah pastinya.

2. Sampel

Menurut Nur Asnawi dan Masyhuri (2011, hal. 117) Sampel adalah bagian kecil dari populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian. Disini penulis mengambil sampel dari teori yang dikemukakan oleh Rescoe dalam bukunya *Research Method For Bussinerss* yang menyatakan bahwa untuk menentukan ukuran sampel penelitian bisa dilakukan dengan cara beberapa acuan yakni :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 3 – 500 orang.
- b. Bila sampel dibagi dengan kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta). Maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisa dengan *multivariate* (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control,

maka jumlah anggota sampel masing – masing antara 10 sampai 20.

Berdasarkan poin nomor 1 pada teori diatas, maka jumlah anggota sampel 3 – 500 orang maka peneliti memutuskan untuk memilih sampel berjumlah 100 orang.

Adapun pertimbangan yang ditetapkan penulis sebagai responden terpilih ialah :

1. Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah UIN Antasari Banjarmasin.
2. Mahasiswi yang pernah mencoba dan menggunakan produk Wardah.

Alasan mengapa penulis tidak memilih masyarakat umum dikarenakan penulis lebih menguasai lingkungan kampus UIN Antasari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah. Penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian mahasiswi.

E. Data dan Sumber Data

Menurut Nur Asnawi dan Masyhuri (2011, hal. 153) Data adalah catatan keterangan sesuai bukti kebenaran bahan- bahan yang dipakai sebagai dukungan penelitian. Sumber data yaitu ada dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Menurut Nur Asnawi dan Masyhuri (2011, hal. 153) data primer adalah data yang diambil dari lapangan yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara, dan kuesioner. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden.

2. Data sekunder

Menurut Nur Asnawi dan Masyhuri (2011, hal. 155) Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh instansi terkait atau pihak lain). Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa buku, artikel – artikel dan internet.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang di dapat responden, yaitu mahasiswi yang melakukan keputusan pembelian produk Wardah angkatan 2016- 2019 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah di UIN Antasari Banjarmasin.

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan metode penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan menyebarkan suatu daftar yang berisi serangkaian pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis, yang diserahkan langsung kepada seluruh responden yang terdiri dari pengguna dan pembeli produk

Wardah. Serta melakukan studi pustaka dengan cara mengumpulkan dan mempelajari informasi dan data – data yang diperoleh dari buku – buku referensi, artikel, maupun website yang berkaitan dengan variabel – variabel *celebrity endorser* yang telah dipilih oleh peneliti.

G. Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian kuantitatif yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner responden inilah yang digunakan sebagai instrument penelitian, teknik pengolahan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Membuat tabulasi data

Membuat tabulasi termasuk dala kerja memproses data. Membuat tabulasi tidak lain dari memasukan dalam kedalam tabel – tabel, dan mengatur angka – angka sehingga dapat dihitung dengan computer.

2. Analisis data

Analisis data dilakukakn dengan analisis regresi linier berganda, yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

H. Variable Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 1 variabel terikat yaitu pengaruh *celebrity endorser* (Zaskia Sungkar) terhadap keputusan pembelian produk Wardah dan tiga variable bebas yaitu *kredibilitas, daya Tarik dan kecocokan*.

Adapun definisi operasional dari masing – masing variable terikat dan bebas adalah sebagai berikut:

1. Kredibilitas (X1)

Kredibilitas adalah keahlian dan kepercayaan. Keahlian (*expertise*) mengacu pada pengetahuan, pengalaman dan keterampilan yang dimiliki oleh seseorang *endorser* yang berhubungan dengan topic iklan. Kepercayaan mengacu pada kejujuran, integritas dan dapat dipercayainya seorang sumber.

2. Daya Tarik (X2)

Daya Tarik bukan hanya berarti daya Tarik fisik meskipun daya Tarik bisa menjadi atribut yang sangat penting tetapi meliputi sejumlah karakteristik yang dapat dilihat khalayak dalam diri pendukung spt: sifat – sifat kepribadian, gaya hidup, keatletisan postur tubuh dan sebagainya.

3. Kecocokan (X3)

Kecocokan adalah kesamaan karakter seorang selebriti dengan para penonton dalam hal gender dan umur.

4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternative yang ada.

Tabel 3.1
Variabel, Definisi Variabel, Sub Variabel dan Indikator

Variabel	Definisi Variabel	Sub Variabel	Indikator
<i>Celebrity Endorser (X)</i>	<i>Celebrity endorser</i> yaitu merupakan tokoh (actor penghibur atau atit yang dikenal masyarakat dalam bidang yang berbeda yang dapat mempengaruhi Karena prestasinya.	Kredibilitas (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan 2. Pengalaman 3. Keterampilan 4. Kejujuran 5. Integritas 6. Tidak memihak
		Daya Tarik (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan yang menarik 2. Lucu 3. Keramahan 4. Menyenangkan 5. Gaya hidup
		Kecocokan (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Umur 2. Gender 3. Etnis 4. Kelas Sosial 5. Hobby
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah tahap proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar – benar membeli		<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengenal produk 2. Sudah mencari informasi tentang produk 3. Sudah membandingkan dengan beberapa produk 4. Memuruskan untuk membeli

I. Skala Pengukuran

Adapun yang menjadi skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert, sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden. Cara pengumpulannya yaitu dengan memberikan responden sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban, kemudian jawaban itu diberikan skor dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skor Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setujua (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

J. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum digunakan untuk menjaring data yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan, maka terlebih dahulu dilakukan berbagai uji untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut cukup layak untuk mengambil data variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini kuesioner harus melalui dua tahap uji yaitu uji validitas dan uji reabilitas.

1. Uji Validitas

Validitas data merupakan sejauh mana suatu alat pengukur mengukur apa yang di ukur. Tujuan dari pengukuran validitas ini adalah proses menguji butir – butir pernyataan dalam kuesioner, apakah si butir

pertanyaan sudah valid. Jika sudah, berarti butir – butir pernyataan tersebut sudah bisa mengukur faktornya.

Pengujian menggunakan *SPSS 20 for windows* dengan cara mengkorelasikan masing – masing pernyataan dalam skor total. Nilai korelasi(r) disbanding dengan angka kritis dalam tabel korelasi, untuk menguji koefisien korelasi ini digunakan taraf signifikasn 5% dan jika r hitung $> r$ maka pernyataan tersebut valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. uji realibilitas ini hanya dilakukan terhadap butir – butir yang valid, dimana butir – butir yang valid diperoleh melalui uji validitas. Teknik yang digunakan dalam uji ini adalah teknik *Alpa Cronbach*. Uji reabilitas pada masing – masing variabel diperoleh dengan mengkonsultasikan nilai r alpha dengan r tabel, apabila r alpha $> r$ tabel, maka dikatakan reliable dan sebaliknya jika r alpha $< r$ tabel, maka dikatakan tidak reliable.

K. Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan apakah variabel – variabel penelitian dapat dianalisis dengan menggunakan regresi berganda atau tidak, maka diperlukan suatu uji asumsi klasik sebagai persyaratan analisis regresi

berganda. Adapun syarat – syarat yang harus dipenuhi oleh variabel penelitian adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau ke kanan. (Santoso, 2010, p. 43).

b. Uji Multikolinieritas

Digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variable independen. Mode yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinieritas antara variabel, dapat dilihat dari *variabel inflation factor* (VIF) dari masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai VIF tidak lebih besar dari 10 maka dalam model tidak terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dakan model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

L. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang ada maka penulis menggunakan alat uji statistic, yaitu:

1. Uji F

Uji statistic F pada dasarnya menguji apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersamaan (*simultan*) terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel terikat dengan taraf nyata yang digunakan (α) sebesar 5% sedangkan yang menjadi derajat kebebasan adalah $(df) = (k-1)(n-k)$. hipotesis yang digunakan dalam uji F adalah sebagai berikut:

a. $H_0 : b_1 = b_2 = 0$

Artinya secara bersama – sama tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X_1 X_2 X_3) yaitu *kredibilitas, daya Tarik, dan kecocokan*, terhadap keputusan Pembelian (Y).

b. $H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$

Artinya secara bersama – sama terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X_1 X_2 X_3) yaitu *kredibilitas, daya Tarik dan kecocokan*, terhadap keputusan pembelian (Y).

Kriteria pengambilan keputusan :

a. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

b. H_1 diterima jika $F_{hitung} > f_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

2. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel – variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Untuk dapat mengetahui besarnya pengaruh tersebut dapat dilihat pada α parsial yang dihasilkan dari setiap variabel bebas. Hipotesis statistic yang digunakan dalam uji t sebagai berikut:

a. $H_0 : b_1 = 0$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X_1 X_2 X_3) yaitu *kredibilitas*, *daya Tarik*, dan *kecocokan*, terhadap keputusan pembelian (Y).

b. $H_1 : B_1 \neq 0$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X_1 X_2 X_3) yaitu *kredibilitas*, *daya Tarik* dan *kecocokan*, terhadap keputusan pembelian (Y).

Kriteria dalam pengambilan keputusan :

Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf nyata (α) sebesar 5% dengan derajat kebebasan (df) – n – k dengan demikian, maka H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ dan H_1 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.

3. Uji Variabel Dominan

Uji ini digunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel bebas secara individual, dapat dilihat pada t parsial terbesar, maka variabel tersebut merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap variabel

terikat. Sehingga berdasarkan hal tersebut dapat dilihat apakah variabel *daya Tarik* merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi *keputusan pembelian*.

M. Tahap Penelitian

Adapun tahapan penelitian yang penulis untuk mencapai tujuan yang diinginkan ini sebagai berikut :

Tahapan pertama yaitu tahapan persiapan, pada tahap ini penulis mempelajari permasalahan yang ingin diteliti dan selanjutnya dikonsultasikan dengan dosen penasehat setelah dikonsultasikan, penulis membuat desain proposal dengan dosen penasehat setelah dikonsultasikan, penulis membuat desain proposal sementara untuk dimasukan ke Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang kemudian akan diseminarkan. Setelah proposal diseminarkan tahap kedua adalah tahap perbaikan dan pengumpulan data, dimana penulis menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data yang dibutuhkan selama kurang lebih 1 bulan. Kemudian tahap ketiga setelah data yang diperlukan sudah terkumpul maka dilakukan analisis terhadap data tersebut, setelah dianalisis, penulis mengkonsultasikan data – data tersebut dengan dosen penasehat dalam rangka penyempurnaan terhadap masalah yang diteliti, terakhir tahap keempat setelah selesai tahap konsultasi dan penyempurnaan maka hasil penelitian ini akan disusun dalam sebuah karya ilmiah yang akan disidangkan di hadapan tim dosen penguji.