

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan model korelasional. Sugiyono mengungkapkan jika metode penelitian kuantitatif yaitu sebuah penelitian dimana datanya berwujud bilangan yang analisisnya memakai teknik statistik.¹ Metode penelitian korelasional yaitu bentuk penelitian kuantitatif yang menggunakan korelasi statistik untuk mengukur dan mendeskripsikan apakah variabel tersebut saling berhubungan atau tidak.² Pada penelitian ini peneliti memakai penelitian kuantitatif korelasional sebab ingin mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara *celebrity endorse* terhadap *impulsive buying* pada generasi milenial yang mengikuti akun instagram “makananenakbanjar” di kota Banjarmasin.

B. Lokasi Penelitian

Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan, dipilih peneliti sebagai lokasi penelitian.

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 7.

²John W. Creswell, *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran)* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014). 17

C. Subjek dan Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang dimaksud dengan subjek ialah pokok pembahasan maupun sesuatu hal yang diamati yang mana berhubungan dengan penelitian.³ Selain itu, subjek dalam penelitian juga memiliki arti individu yang dijadikan sumber untuk mendapatkan informasi yang diperlukan pada saat melakukan pengumpulan data untuk penelitian.⁴ Adapun subjek dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang mengikuti akun Instagram “makananenakbanjar” di Kota Banjarmasin.

Adapun yang dimaksud objek penelitian ialah variabel yang akan diteliti. Menurut Sugiyono variabel penelitian merupakan objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari hingga menghasilkan informasi mengenai hal tersebut, lalu diambil kesimpulan.⁵ Ada dua variabel yang akan dilibatkan pada penelitian ini yakni variabel memberi pengaruh atau variabel bebas serta variabel yang diberikan pengaruh atau variabel terikat.

Sementara itu variabel yang akan dipakai pada penelitian, antara lain :

- a. Variabel Bebas (X) : *Celebrity Endorse*
- b. Variabel Terikat (Y) : *Impulsive Buying*

³Tatang M.Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1995). 92-93

⁴Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D* (Jakarta: Erlangga, 2009). 91

⁵Sandu Siyato, *Dasar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekumpulan orang yang memiliki karakteristik serta kualitas tertentu yang telah ditentukan oleh seorang peneliti untuk ditelaah lalu disimpulkan.⁶ Adapun pada penelitian ini populasinya yaitu pengikut di akun Instagram “makananenakbanjar” yang berjumlah 81.700 orang.

Sedangkan sampel merupakan sebagian dari populasi yang nantinya diteliti dengan mendalam. Sampel ditetapkan jika penelitian pada semua anggota populasi sulit atau tidak mungkin dilakukan, yang disebabkan oleh jumlah populasinya terlalu banyak. Maka dari itu populasi yang diambil dari sampel harus benar-benar mewakili.⁷

Pada penelitian ini penentuan anggota sampel dilakukan melalui teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik yang digunakan melalui menentukan sejumlah orang yang dipilih berdasarkan kriteria yang dimiliki oleh sampel, dan sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah berjumlah 276 responden. Adapun kriteria dari penarikan sampel sebagai berikut:

1. Pengikut di akun Instagram “makananenakbanjar”
2. Berdomisili di Banjarmasin
3. Berusia 21-40 tahun
4. Bersedia menjadi responden penelitian

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 80

⁷Sugiyono. 81

E. Data dan Sumber Data

Data penelitian terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari responden melalui kuesioner maupun wawancara.⁸ Adapun pada penelitian ini sumber data primernya yakni responden yang telah mengisi angket atau kuesioner terkait *celebrity endorse* dan *impulsive buying*.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung melalui subjek penelitian yang umumnya bisa berupa data laporan ataupun dokumentasi yang sudah ada.⁹ Pada penelitian ini, data sekundernya yaitu berupa buku, jurnal, maupun literatur lainnya yang berkaitan pada penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik yang digunakan dalam menghimpun datanya yaitu memakai skala sikap dengan model *likert*, dan dilakukan secara daring adapun skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala *celebrity endorse* dan skala *impulsive buying*. Yang mana tersusun atas pernyataan (butir) *favorable* (mendukung terhadap objek sikap) serta *unfavorable* (tak mendukung terhadap objek sikap), dan ditujukan dalam rangka mengetahui sikap setuju maupun tidak setuju terhadap objek sikap.¹⁰ Respon masing-masing butir instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yaitu berwujud perkataan yaitu:

1. Sangat Setuju (SS)

⁸Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019). 132

⁹Saifuddin Azwar. 132

¹⁰Saifuddin Azwar. 137

2. Setuju (S)
3. Tidak Setuju (TS)
4. Sangat Tidak Setuju (STS)

G. Instrumen Penelitian

Untuk mengumpulkan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrument yang memakai model skala *likert* yang tersusun atas skala *celebrity endorse* dan skala *impulsive buying*. Setiap skala digunakan untuk meneliti tentang pengaruh *celebrity endorse* Instagram terhadap *impulsive buying* pada generasi milenial yang mengikuti akun instagram “makananenakbanjar” di Kota Banjarmasin. Butir pada skala dikelompokkan menjadi dua yakni butir *favorable* serta butir *unfavorable* dimana pembobotan skornya ditentukan seperti di bawah ini.

Tabel 3.1 Nilai Skoring Aitem

Item	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
<i>Favorabel</i>	4	3	2	1
<i>Unfavorabel</i>	1	2	3	4

Melalui tabel diatas bisa dilihat jika untuk butir *favorable* dengan jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS) masing-masing bernilai 4,3,2,1. Sedangkan butir *unfavorable* dengan jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), serta sangat tidak setuju (STS) masing-masing bernilai 1,2,3,4. Berikut skala *blueprint* skala yang dipakai dalam penelitian ini.

1. Skala *Celebrity Endorse*

Menurut Percy & Rositter ada beberapa aspek yang digunakan untuk mengukur pencapaian dalam variabel *celebrity endorse* yaitu *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power*. Peneliti mengadaptasi aspek sebagai suatu acuan kemudian membuatnya menjadi beberapa butir yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 3.2 *Blue Print Skala Celebrity Endorse*

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Total
			Fav	Unfav	
1.	<i>Visibility</i>	Jumlah pengikut	1	15	2
		Kualitas unggahan foto	19	4	2
		Intensitas unggahan foto	7	22	2
		Popularitas akun	11		1
	<i>Credibility</i>	Kepercayaan	2,12,16	8	4
		Keahlian	23	3	2
	<i>Attraction</i>	Menarik	5,20,24	17,26	5
		Kesan positif	9	27	2
		Kreatif	13	29	2
	<i>Power</i>	Karakteristik endorser	6,14,28,25	21	5
		Dukungan endorser	30	10	2
		Inspirasional	18		1
Total			19	11	30

2. Skala *Impulsive Buying*

Menurut Varplenken dan Herabadi, ada beberapa aspek yang dipakai untuk mengukur pencapaian dalam variabel *Impulsive Buying* yaitu kognitif dan afektif.

Peneliti mengadaptasi beberapa aspek tersebut sebagai acuan untuk membuat beberapa butir yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 3.3 *Blue Print* Skala *Impulsive Buying*

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Total
			Fav	Unfav	
1.	Kognitif	Kegiatan berbelanja yang dilakukan tanpa pertimbangan akan suatu produk	13,25	1,7,19	5
		Kegiatan pembelian tanpa mempertimbangkan kegunaan suatu produk	2,20,26	8,14,30	6
		Individu tidak melakukan perbandingan produk	3,15,31	9,21,27	6
2.	Afektif	Adanya dorongan perasaan untuk segera melakukan pembelian	10,22,32	4,16,28	6
		Adanya perasaan kecewa setelah melakukan pembelian	11,17,33	5,23	5
		Adanya proses pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan	6,34,29	12,18,24	6
Total			17	17	34

H. Desain Pengukuran

Instrumen penelitian dikatakan baik jika memiliki kemampuan untuk mengukur apa yang mau diukur dan bisa menyajikan data variabel dengan benar. Agar mengetahui instrumen yang digunakan baik atau tidak ada dua syarat yang harus dipenuhi, yaitu validitas dan reabilitas. Untuk mengetahui layak tidaknya suatu butir yang dijadikan sebagai instrumen penelitian perlu dilakukan uji

validitas.¹¹ Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas terhadap butir yang valid untuk mengetahui apakah butir tersebut dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data. Instrumen dalam penelitian bisa dikatakan baik jika butir yang digunakan reliabel.¹²

I. Teknik Pengolahan Data serta Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

a. Editing

Proses pengecekan peneliti lakukan terhadap data dalam rangka mengetahui data tersebut lengkap atau tidak.

b. Coding

Proses penyematan angka ataupun kode agar mempermudah dalam mengolah data.

c. Tabulating

Peneliti mengelompokan data kemudian dimaksukan ke dalam tabel yang ditelah ditentukan berdasarkan skornya.

d. Entry Data

Proses memasukan data yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS.

2. Analisis Data

Pada penelitian ini proses menganalisis data menggunakan analisis data yang berupa angka atau analisis statistik. Analisis ini diproses untuk mengetahui

¹¹Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010). 211.

¹²Arikunto Suharsimi. 235.

hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya. Jenis analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah korelasi produk moment dari Karl Pearson. Setelah data di dapatkan dalam penelitian ini maka akan diolah melalui metode statistik dan dibantu dengan menggunakan program SPSS.¹³

J. Prosedur Penelitian

1. Pendahuluan

- a. Melakukan studi pendahuluan dengan beberapa orang generasi milenial yang mengikuti akun instagram “makananenakbanjar” di Kota Banjarmasin.
- b. Setelah wawancara maka selanjutnya menentukan variabel penelitian yang akan digunakan, kemudian merumuskan permasalahan, serta menentukan tujuan dari proposal penelitian.
- c. Mengkonsultasikan proposal penelitian pada dosen pembimbing.

2. Tahap Persiapan

- a. Setelah proposal penelitian tersebut diseminarkan kemudian konsultasi dengan dosen pembimbing untuk *direview* dan diperbaiki.
- b. Pada setiap variabel ditentukan indikator untuk membuat instrument untuk mengumpulkan data.
- c. Memohon surat riset penelitian dari fakultas yang nantinya diberikan kepada lokasi penelitian.

¹³Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosakarya Offset, 2013). 171

- d. Pada subjek *try out* dibagikan skala penelitian, lalu dilakukan pengujian instrumen penelitian sehingga dapat diketahui tingkat reliabilitas serta validitas sebuah skala penelitian.
 - e. Menyusun butir mana yang memenuhi validitas serta yang gugur sesudah pengujian instrumen
3. Tahap Pelaksanaan
 - a. Memberikan skala pada para subjek penelitian melalui perantara pemilik akun Instagram “makananenakbanjar”
 - b. hasil dari data penelitian kemudian dikumpulkan, diolah, dianalisis serta diinterpretasi dengan memakai program SPSS.
 4. Tahap Analisis dan Penyusunan Laporan
 - a. Hasil analisis dikumpulkan lalu dilakukan konsultasi terhadap dosen pembimbing. Setelah itu dilakukan penyusunan hasil penelitian secara sistematis kemudian kepada dosen pembimbing peneliti mengajukan persetujuan munaqasah skripsi.
 - b. Hasil penelitian siap diujikan serta dipertahankan dalam munaqasah skripsi di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
 5. Tahap Akhir

Melakukan revisi atau perbaikan atas skripsi yang sudah disidangkan sebelumnya.