

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian kuantitatif juga menggunakan paradigma tradisional, positivis, eksperimental atau empiris. Penelitian kuantitatif mencoba untuk memecahkan dan membatasi fenomena menjadi terukur. Metode penelitiannya menggunakan pengukuran yang terstandar atau menggunakan skala pengukuran data. Sehingga secara esensial penelitian kuantitatif adalah penelitian tentang pengumpulan data numerik untuk menjelaskan fenomena tertentu (Paramita, Rizal, & Sulistyan, 2021, hal. 10). Jenis dari penelitian ini menggunakan kuantitatif eksplanasi dan mengumpulkan data menggunakan metode dengan menyebar kuesioner melalui *google form*. Tujuan dari kuantitatif eksplanasi untuk menjelaskan generalisasi sampel terhadap populasinya, atau menjelaskan hubungannya, perbedaan atau pengaruh suatu variabel terhadap yang lain (Abdullah M. , 2015, hal. 80).

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi pada penelitian ini adalah di kota Banjarmasin yang merupakan *followers* akun instagram @banjarmasinfood.

### C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah orang yang terlibat langsung dengan masalah yang diteliti yaitu: *followers* atau konsumen yang melihat postingan makanan dari akun Instagram @banjarmasinfood.

Objek penelitian ini adalah promosi menggunakan celebrity endorser yaitu akun @banjarmasinfood.

### D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan dengan metode angket (kuesioner). Angket (kuesioner) merupakan teknis pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah dengan kuesioner tertutup.

Instrumen kuesioner harus diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliable. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan instrumen yang reliable adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin (Prasetyo & Jannah, 2006, hal. 65). Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. N : Netral
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

1. SS : 5
2. S : 4
3. N : 3
4. TS : 2
5. STS : 1

Validitas berarti kesucian alat ukur dengan apa yang hendak diukur, artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Jadi validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau obyek yang ingin diukur.

Reabilitas artinya memiliki sifat yang dapat dipercaya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reabilitas apabila dipergunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain akan tetapi memberikan hasil yang sama atau oleh peneliti lain akan tetapi memberikan hasil yang sama. Jadi reabilitas adalah seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur dalam hal obyek yang sama (Ghozali, 2005, hal. 129).

### E. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, dan ukuran lain yang menjadi obyek perhatian atau kumpulan seluruh obyek yang menjadi perhatian (Purwanto, 2004, hal. 323). Sedangkan sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian (Purwanto, 2004). Populasi pada penelitian ini yaitu segenap pengikut atau *followers* akun Instagram @banjarmasinfood, sebanyak 263.000 orang.

Untuk menentukan sampel maka peneliti menggunakan rumus slovin:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

d = Tingkat Presisi 10%

$$n = \frac{263.000}{263.0000 \cdot 10\%^2 + 1}$$

$$n = \frac{263.000}{263.000 \cdot 0,01 + 1}$$

$$= \frac{263.000}{2.630 + 1}$$

$$= 99,96$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah hasil sampel yang digunakan pada penelitian ini, yaitu 99,96 atau dibulatkan menjadi 100 orang.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Dalam Ruqo'iyah (2012:53-54) menyatakan definisi sampel acak sederhana (*simple random sampling*) adalah

cara pengambilan sampel dengan memilih langsung dari populasi dan besar peluang setiap anggota populasi untuk menjadi sampel sangat besar. Pelaksanaan *sampel random sampling* disebabkan anggota populasi penelitian ini dianggap homogen karena sampel yang diambil adalah *followers* dari akun Instagram @banjarmasinfood ditunjukkan untuk melihat pengaruh dari variabel dalam keputusan pembelian *followers* akun Instagram @banjarmasinfood terhadap makanan yang telah dipromosikan selebriti tersebut.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Penelitian pada dasarnya merupakan upaya pengukuran, maka alat ukur dalam penelitian disebut instrumen penelitian. Sehingga instrumen penelitian merupakan piranti peneliti mengukur fenomena alam maupun sosial yang menjadi fokus peneliti, yang secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel (Hikmawati, 2020, hal. 30). Instrumen pada penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Instrumen penelitian berupa angket merupakan bagian dari kuesioner (*questionnaires*), yakni sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ingin diketahui dari subyek penelitian (Hikmawati, 2020, hal. 34). Dalam penelitian ini, instrumen penelitian dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Indikator Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Promosi (X1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iklan</li> <li>2. <i>Sales promotion</i></li> <li>3. <i>Public relation</i></li> <li>4. <i>Direct marketing</i></li> <li>5. <i>E-Personal seling</i></li> </ol>	<i>Likert</i>
<i>Celebrity Endorser</i> (X2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Credibility</i></li> <li>2. <i>Attractiveness</i></li> <li>3. <i>Power</i></li> </ol>	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tujuan dalam membeli sebuah produk</li> <li>2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek</li> <li>3. Kemantapan pada sebuah produk</li> <li>4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain</li> <li>5. Melakukan pembelian ulang</li> </ol>	<i>Likert</i>

## **G. Uji Instrumen Penelitian**

### **1. Uji Validitas**

Data dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Butir-butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner diuji terhadap faktor terkait. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti (Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, 2000, hal. 135).

Untuk menguji kevalidan suatu data maka melakukan uji validitas terhadap butir-butir kuesioner. Tinggi rendah validitas suatu angket atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total.

Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan critical value pada tabel ini nilai  $r$  dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi produk moment lebih besar dari critical value, maka instrumen ini dinyatakan valid. Sebaliknya apabila skor item kurang dari critical value, maka instrumen ini dinyatakan tidak valid.

### **2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Croanbach Alpha lebih besar dari 0,60 (Umar, Research Methods in Finance and Banking, 2000, hal. 135).

## **H. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2005, hal. 105-160). Uji normalitas ini dilakukan dengan uji *Kolmogorov smirnov*. Konsep dasar dari uji ini adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Penerapan pada uji ini adalah jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal.

#### **b. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya antar variabel independen. Modal regresi yang baik seharusnya tidak terjadi



kolerasi diantara faktor independen. Jika faktor independen saling berkorelasi, maka faktor-faktor ini tidak ortogonal. Faktor ortogonal adalah faktor independen sama dengan nol. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi. Dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Varians Inflation Faktor* (VIF) masing-masing faktor bebas terhadap faktor terkait. Jika *Tolerance* lebih besar 0,1 dan VIF tidak sebesar dari pada 10 maka dalam model tidak terdapat Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Cara mengetahui apakah heteroskedastisitas suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*.

- 1). Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- 2). Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja.
- 3). Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4). Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

## 2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi dalam model yang melibatkan variabel independen dan dependen ialah regresi berganda. Penelitian ini yaitu menggunakan persamaan regresi berganda untuk menganalisis pengaruh promosi produk makanan menggunakan *celebrity endorser* di media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

A = Konstanta

X<sub>1</sub> = Promosi

X<sub>2</sub> = Celebrity Endorser

a = Nilai Konstanta, perpotongan garis pada sumbu

$B_1$   $B_2$  = Koefisien

$e$  = *Error/Residual*

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji-t (Uji Parsial)

Uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang terbentuk variabel-variabel bebasnya (X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub>) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel tak bebas Y (Yuliara, 2016, hal. 7-8).

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas X1 dan X2 secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tak bebas Y.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel tidak bebas (Y). Jika  $R^2$  semakin besar, maka persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika  $R^2$  semakin kecil, maka persentase variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.