

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama enam bulan, yaitu dimulai dari bulan Januari 2020 sampai bulan Juni 2020. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti untuk mencurahkan perhatian dalam melakukan penelitian.

2. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Penelitian ini juga dilaksanakan dengan daring atau *online* melalui survei *google form* yang disebarakan agar mempersingkat waktu dan menghemat biaya dengan ketentuan responden Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan keputusan pembelian shampo Sunsilk.

B. Pendekatan Penelitian

Dikutip oleh Suwartono (2014:2-3), menurut *Longman actionary of comtemporary english* mengatakan bahwa *reseacrh: serious study of subject, in order to discover new facts or text new ideas*.

Artinya, yaitu penelitian: Suatu kajian yang mendalam dari sebuah subjek, untuk menemukan fakta-fakta baru atau menguji ide yang baru.

Menurut Sugiyono (2015:2), menyatakan bahwa metode penelitian sebagai penelitian cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Dikutip dalam Sandu Siyoto (2015:20), metode survei adalah metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data.

Mengutip Nana Syaodih dalam buku Asep Saepul Hamdi (2014:6), survei digunakan untuk mengumpulkan informasi berbentuk opini dari sejumlah besar orang terhadap topik atau isu-isu tertentu.

Penelitian ini menggunakan metode survei. Alasan peneliti memilih metode survei dikarenakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan terikat.

Mengutip Kaufman & Kaufman dalam buku Azuar Jualindi (2014:13), penelitian korelasional tujuannya adalah untuk memahami hubungan antarvariabel. Mengutip Nana Syaodih dalam buku Asep Saepul (2014:7) metode korelasional adalah penelitian yang ditujukan untuk mengetahui hubungan suatu variabel dengan variabel-variabel lain.

Sedangkan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan memilih pendekatan korelasional adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Jika terdapat pengaruh, seberapa kuat pengaruh dan seberapa berarti pengaruh tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat diketahui pengaruh variabel bebas (kualitas produk) yang diberi simbol (X_1) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi dan pengaruh variabel bebas (citra merek) yang diberi simbol (X_2) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi serta pengaruh variabel bebas (*celebrity endorser*) yang diberi simbol (X_3) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhinya.

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Mengutip Sugiyono (2015:135), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/ subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan setelah dilakukannya survei awal melalui angket yang disebarakan kepada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, terdapat konsumen yang pernah melakukan pembelian shampo Sunsilk.

2. Sampel

Mengutip Sugiyono (2015:136), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini, sampelnya adalah 137 mahasiswa Universitas Negeri Jakarta angkatan 2016 hingga 2019 yang pernah melakukan pembelian shampo Sunsilk.

D. Penyusunan Instrumen

Penelitian ini meneliti empat variabel yaitu kualitas produk (variabel X_1), citra merek (variabel X_2), *celebrity endorser* (variabel X_3) dan keputusan pembelian (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur keempat variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling dikehendaki setelah melalui sebuah proses.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama yaitu pengenalan kebutuhan, yaitu rangsangan internal

dengan sub indikator diri sendiri, indikator kedua, yaitu rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain. Dimensi kedua yaitu pencarian alternatif informasi dengan indikator pertama, yaitu, sumber pribadi dengan sub indikator pertama, yaitu keluarga, sub indikator kedua, yaitu teman; indikator yang kedua, yaitu sumber komersial dengan iklan; indikator ketiga, yaitu sumber pengalaman dengan sub indikatornya, yaitu pernah menggunakan. Dimensi ketiga yaitu penilaian berbagai macam informasi yang terkumpul dengan indikator, yaitu menilai dari beberapa alternatif yang tersedia dengan sub indikator, yaitu memilih diantara dua atau lebih alternatif. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikator sikap dan sub indikator adalah membeli merek yang disukai.

c. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada kegiatan ini adalah kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.1

Tabel I.1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No Butir Valid		No Butir Final	
			+	-		+	-	+	-
Pengenal an kebutu han	Rangsang an internal	Diri sendiri	1,2	-	-	1,2	-	1,2	-
	Rangsang an eksternal	Pengaruh orang lain	3,4	-	-	3,4	-	3,4	-
		Keluarga	5,6	-	-	5,6	-	5,6	-

Pencarian alternatif informasi	Sumber pribadi	Teman	7,8	9	9	7,8	-	7,8	-
	Sumber komersial	Iklan	10,11,12.13	14	10,12,13	14	-	11,13	-
	Sumber pengalaman	Pernah menggunakan	15	16,17	17	15,16	17	15,16	-
Penilaian berbagai macam informasi yang terkumpul	Menilai dari beberapa alternatif yang tersedia	Memilih diantara dua atau lebih alternatif	18,19	-	-	18,19	-	18,19	-
Pembelian	Sikap	Membeli merek yang disukai	20,21	-	-	20,21	-	20,21	-

(Sumber: Data diolah oleh peneliti)-

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Berikut ini alternatif yang digunakan, yaitu:

Tabel III.2 Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Pada proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Tahap selanjutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada tabel III.1. setelah konsep instrumen disetujui, langkah kemudian adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 mahasiswa di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Pada proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Menurut Azuar Jualiandi (2014:77), mengatakan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{XiY} = \frac{n(\sum XiY) - (\sum Xi)(\sum Y)}{\sqrt{(n \cdot \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2)(n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

r = Koefisien korelasi

X_i = Deviasi skor butir dari X_i

X_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Kemudian, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir

dan varian total. Menurut Payadnya dan Jayantika (2018:31-32), uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Berikut ini adalah rumus yang digunakan dalam memperoleh varians butir menurut Supardi (2013:79), yaitu:

Dimana:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}}$$

σ = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$ = Jumlah data

2. Kualitas Produk (Variabel X1)

a. Definisi Konseptual

Kualitas produk adalah membeli merek yang paling dikehendaki setelah melalui sebuah karakteristik sebuah produk yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

b. Definisi Operasional

Kualitas produk dapat diukur dengan delapan dimensi. Dimensi pertama yaitu *performance* dengan indikator pertama, yaitu, nyaman digunakan, indikator kedua, yaitu aman digunakan. Dimensi kedua yaitu *feature* dengan indikator pertama, yaitu, bau harum yang khas, indikator kedua, yaitu kandungan *pro-vitamin*. Dimensi ketiga yaitu

reliability dengan indikator pertama, yaitu baunya tahan lama, indikator kedua, yaitu. kesegaran tahan lama. Dimensi keempat yaitu *conformance* dengan indikator pertama, yaitu, kesesuaian standar, indikator kedua, yaitu. *performa*. Dimensi kelima yaitu *durability* dengan indikator pertama yaitu, *expired relative lama*, indikator kedua, yaitu kemasan tidak gampang rusak. Dimensi keenam yaitu *service ability* dengan indikator pertama, yaitu, kemudahan layanan konsumen, indikator kedua, yaitu. informasi produk jelas. Dimensi ketujuh yaitu *aesthetic* dengan indikator pertama, yaitu, tampilan kemasan, indikator kedua, yaitu, bentuk kemasan. Dimensi kedelapan yaitu *fit and finish* dengan indikator pertama, yaitu, produk yang dibutuhkan.

c. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada kegiatan ini adalah kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.3

Tabel III.3 Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No Butir Valid		No Butir Final	
		+	-		+	-	+	-
<i>Performance</i>	Nyaman digunakan	1	-	-	1	-	1	-
	Aman digunakan	2	-	-	2	-	2	-
<i>Feature</i>	Bau harum yang khas	3	-	-	3	-	3	-

	Kandungan <i>pro-vitamin</i>	-	4	-		4	-	4
<i>Reliability</i>	Baunya tahan lama	-	5,6	6	-	5	--	5
<i>Conformance</i>	Kesesuaian standar	7	-	-	7	-	7	-
	<i>Performa</i>	8	-	-	8	-	8	-
<i>Durability</i>	<i>Expired relative lama</i>	9	-	-	9	-	9	-
	Kemasan tidak gampang rusak	10	-	-	10	-	10	-
<i>Serviceability</i>	Kemudahan layanan konsumen	11,12	-	-	11,12	-	11,12	-
	Informasi produk jelas	13,14	-	-	13,14	-	13,14	-
<i>Aesthetic</i>	Tampilan kemasan	15	-	-	15	-	15	-
	Bentuk kemasan	16	-	-	16	-	16	-
<i>Fit and finish</i>	Produk yang dibutuhkan	17	-	-	17	-	17	-

(Sumber: Data diolah oleh peneliti)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Berikut ini alternatif yang digunakan, yaitu:

Tabel III.4 Skala Penilaian Instrumen Kualitas Produk

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kualitas Produk

Pada proses pengembangan instrumen kualitas produk dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas produk terlihat pada tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Tahap selanjutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas produk sebagaimana tercantum pada tabel III.3. setelah konsep instrumen disetujui, langkah kemudian adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 mahasiswa di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Pada proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Menurut Azuar Jualiandi (2014:77), mengatakan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{XiY} = \frac{n(\sum X_i Y) - (\sum X_i)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

r = Koefisien korelasi

X_i = Deviasi skor butir dari X_i

X_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Kemudian, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Menurut Payadnya dan Jayantika (2018:31-32), uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Berikut ini adalah rumus yang digunakan dalam memperoleh varians butir menurut Supardi (2013:79), yaitu:

Dimana:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}}$$

σ = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$ = Jumlah data

3. Citra Merek (Variabel X2)

a. Definisi Konseptual

Citra merek adalah pandangan dan kepercayaan dalam benak konsumen.

b. Definisi Operasional

Citra merek dapat diukur dengan tiga dimensi. Dimensi yang pertama, yaitu, *strength of brand associations* (kekuatan asosiasi merek) meliputi indikator pertama, yaitu, Personal Relevance (hubungan atau keterikatan). Indikator kedua, yaitu Consistency (Konsisten / tidak berubah – ubah). Dimensi kedua, yaitu, *favorability of brand associations* (keunggulan asosiasi merek) meliputi indikator pertama, yaitu memiliki manfaat yang relevan. Indikator kedua, yaitu, memuaskan kebutuhan dan keinginan. Dimensi ketiga, yaitu *uniqueness of brand associations* (keunikan merek) meliputi indikator pertama, yaitu, *point of parity* (kesamaan / keseimbangan). Indikator kedua, yaitu *point of difference* (unsur diferensiasi /perbedaan).

c. Kisi-kisi Instrumen Citra Merek

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada kegiatan ini adalah kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.5

Tabel III.5 Kisi-kisi Instrumen Citra Merek

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No Butir Valid		No Butir Final	
		+	-		+	-	+	-

<i>Strength of brand associations</i> (kekuatan asosiasi merek)	<i>Personal Relevance</i> (hubungan atau keterikatan)	1,2,3	4	-	1,2,3	4	1,2,3	4
	<i>Consistensy</i> (Konsisten / tidak berubah – ubah)	5,6,7,8	10	-	5,6,7,8	10	5,6,7,8	10
<i>Favorability of brand associations</i> (keunggulan asosiasi merek)	Memiliki manfaat yang relevan	9	-	-	9		9	-
	Memuaskan kebutuhan dan keinginan	11,12	-	-	11,12	-	11,12	-
<i>Uniqueness of brand associations</i> (keunikan asosiasi merek)	<i>Point of Parity</i> (kesamaan / keseimbangan)	13,14	-	14	13	-	13	-
	<i>Point of difference</i> (unsur diferensiasi /perbedaan)	15,16,17	-	--	15,16,17	-	15,16,17	-

(Sumber: Data diolah oleh peneliti)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Berikut ini alternatif yang digunakan, yaitu:

Tabel III.6 Skala Penilaian Instrumen Citra Merek

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Citra Merek

Pada proses pengembangan instrumen citra merek dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel citra merek terlihat pada tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel citra merek.

Tahap selanjutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas produk sebagaimana tercantum pada tabel III.5. setelah konsep instrumen disetujui, langkah kemudian adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 mahasiswa di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Pada proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Menurut Azuar Jualiandi (2014:77), mengatakan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{XiY} = \frac{n(\sum X_i Y) - (\sum X_i)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

r = Koefisien korelasi

X_i = Deviasi skor butir dari X_i

X_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Kemudian, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Menurut Payadnya dan Jayantika (2018:31-32), uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Berikut ini adalah rumus yang digunakan dalam memperoleh varians butir menurut Supardi (2013:79), yaitu:

Dimana:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}}$$

σ = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$ = Jumlah data

4. Celebrity Endorser (Variabel X3)

a. Definisi Konseptual

Celebrity endorser adalah seorang artis, entertainer, atlet, dan publik figur yang mana banyak diketahui oleh orang banyak untuk keberhasilan produk yang didukung.

b. Definisi Operasional

Celebrity endorser dapat diukur dengan tiga dimensi. Dimensi pertama, yaitu, daya tarik dengan indikator pertama, yaitu, daya tarik secara fisik. Indikator kedua, yaitu gaya hidup. Dimensi kedua yaitu dipercaya dengan indikator pertama, yaitu kepercayaan dari audience. Dimensi ketiga yaitu keahlian dengan indikator pertama, yaitu, memiliki keahlian tertentu. Indikator kedua, yaitu pengetahuan terhadap produk yang diendorsed.

c. Kisi-kisi Instrumen *Celebrity Endorser*

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada kegiatan ini adalah kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan *celebrity endorser* yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.7

Tabel III.7 Kisi-kisi Instrumen *Celebrity Endorser*

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No Butir Valid		No Butir Final	
		+	-		+	-	+	-
Daya tarik	Daya tarik secara fisik	1,2,4,5	-	-	1,2,4,5	-	1,2,4,5	-
	Gaya hidup	12,16	3	-	12,16	3	12,16	3
Dipercaya	Kepercayaan dari audience	7,10,11	6	-	7,10,11	6	7,10,11	6
Keahlian	Memiliki keahlian tertentu	13,15	-	-	13,15	-	13,15	-
	Pengetahuan terhadap produk yang di <i>endorsed</i> .	8,9,14	-	-	8,9,14	-	8,9,14	-

(Sumber: Data diolah oleh peneliti-)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Berikut ini alternatif yang digunakan, yaitu:

Tabel III.8 Skala Penilaian Instrumen *Celebrity Endorser*

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen *Celebrity Endorser*

Pada proses pengembangan instrumen *celebrity endorser* dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel *celebrity endorser* terlihat pada tabel III.7 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel *celebrity endorser*.

Tahap selanjutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas produk sebagaimana tercantum pada tabel III.7. setelah konsep instrumen disetujui, langkah kemudian adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 mahasiswa di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Pada proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Menurut Azuar Jualiandi (2014:77), mengatakan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{XiY} = \frac{n(\sum X_i Y) - (\sum X_i)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

r = Koefisien korelasi

X_i = Deviasi skor butir dari X_i

X_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Kemudian, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir

pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Menurut Payadnya dan Jayantika (2018:31-32), uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Berikut ini adalah rumus yang digunakan dalam memperoleh varians butir menurut Supardi (2013:79), yaitu:

Dimana:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}}$$

σ = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$ = Jumlah data

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Azuar Juliandi et al (2014:65-66), mengatakan bahwa suatu aktivitas penelitian membutuhkan data-data yang akan diolah, dianalisis dan diuji untuk menjawab rumusan masalah penelitian atau membuktikan hipotesis penelitian. Teknik pengumpulan data penelitian merupakan cara untuk mengumpulkan data-data yang relevan bagi penelitian.

Data menurut sumber perolehannya, data dikelompokkan menjadi dua bagian, yakni data primer dan data sekunder:

a. Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan dari orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya dan data tersebut sebelumnya tidak ada. Contoh data primer, adalah data yang dikumpulkan melalui instrumen:

- Wawancara/ interview
- Angket/kuisisioner
- Pengamatan/observasi

b. Data Sekunder adalah data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya. Data aslinya tidak diambil peneliti tetapi oleh pihak lain. Contoh data sekunder adalah data yang dikumpulkan melalui studi dokumentasi.

Data yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah data primer melalui instrumen angket/kuisisioner. Mengutip Azuar Juliandi et al (2014:69), Angket/kuisisioner adalah pertanyaan/pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden penelitian tentang suatu variabel yang diteliti.

Angket dibagi menjadi 2 (dua) bentuk:

- a. Angket terbuka: pilihan jawaban yang tidak disediakan oleh peneliti, responden bebas menuliskan jawaban menurut persepsi/pendapat mereka.
- b. Angket tertutup: pilihan jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti, responden memilih jawaban menurut persepsi/pendapat mereka.

Angket/kuisisioner yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah angket tertutup. Peneliti melakukan penyebaran angket/kuisisioner kepada responden yang kemudian setelah diisi, dikumpulkan dan diolah kembali oleh peneliti untuk kepentingan penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Berikut ini langkah-langkah dalam menganalisis data, yaitu:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Menurut Dyah Nirmala (2012:35), mengatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah model peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu, dengan menggunakan uji statistik (Uji *Kolmogrov Smirnov*),

Hipotesis pada penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : Data berdistribusi normal
- 2) H_a : Data tidak berdistribusi normal

Kriteria pada pengujian dengan uji statistik *Kolmogrov Smirnov*, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data berdistribusi normal
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data tidak berdistribusikan normal.

b. Uji Linieritas

Menurut Rochmat Aldy Purnomo (2017:94), mengatakan bahwa pada uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Text of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.

Menurut Nathanael Sitanggun et al (2019:2019), mengatakan bahwa hipotesis penelitiannya, yaitu:

H_0 : regresi tidak linier

H_a : regresi linier

Kriteria pengujian: tolak H_0 jika signifikansi nilai $F_{hitung} > 0,05$ atau terima H_0 jika signifikansi nilai $F_{hitung} < 0,05$.

2. Persamaan Regresi Linier Berganda

Menurut Dyah Nirmala (2012:12), mengatakan bahwa regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel *independent (explanitory)* terhadap satu variabel dependen. Menurut Vivi Herlina (2019:129), mengatakan bahwa regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.

Menurut Eddy Herjanto (2015:101), mengatakan tahapan analisis regresi linear berganda, diuraikan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

Keterangan:

$\hat{Y}$ = variabel terikat (keputusan pembelian)

X_1 = variabel bebas pertama (kualitas produk)

X_2 = variabel bebas kedua (citra merek)

X_3 = variabel bebas ketiga (*celebrity endorssr*)

a = konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b_1 = koefisien regresi variabel bebas pertama, X_1 (kualitas produk)

b_2 = koefisien regresi variabel bebas kedua, X_2 (citra merek)

b_3 = koefisien regresi variabel bebas ketiga, X_3 (*celebrity endorser*)

3. Uji Hipotesis

a. Uji signifikan Simultan (Uji F)

Mengutip Kuncoro (2018:108), mengatakan bahwa uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang

dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis nol (H_o) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau:

$$H_o: b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif (H_a), tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_a: b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Cara melakukan uji F adalah dengan cara sebagai berikut:

- *Quick look*: Bila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_o yang menyatakan $b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$ dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel: bila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel: maka kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Mengutip Mudrajat Kuncoro (2018:107), mengatakan bahwa uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

$$H_o: b_1 = 0$$

Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelss yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a: b_1 \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Cara melakukan uji t adalah dengan cara sebagai berikut:

- *Quick look*: Bila jumlah degree of freedom adalah 20 atau lebih dan derajat kepercayaan sebesar 5% maka H_o yang menyatakan b_1 dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain, kita menerima hipotesis alternatif yang mengatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel: apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

4. Analisis Koefisien Korelasi Pearson

Menurut Sugiyono (2013:228) tehnik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama.

Berikut adalah pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi menurut Sugiyono (2013:231) :

0,00 - 0,199 artinya sangat rendah

0,20 – 0,399 artinya rendah

0,40 – 0,599 artinya sedang

0,60 – 0,799 artinya kuat

0,80 -1,000 artinya sangat kuat

Perhitungan koefisien korelasi pearson ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 22.

5. Perhitungan koefisien determinasi (R Square)

Menurut Dergibson Siagian dan Sugiarto (2006:259), mengatakan bahwa nilai koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Mengutip Mudrajad Kuncoro (2018:109), mengatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Perhitungan koefisien determinasi ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 22.