

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Berdasarkan jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variable-variabel penelitian dengan menggunakan analisis data dengan prosedur statistik. Dalam penelitian kuantitatif, masalah yang dibawa oleh peneliti harus jelas. Teori dalam penelitian kuantitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Dilihat dari rumusan masalahnya, penelitian ini bersifat menanyakan dua variabel atau lebih maka berdasarkan hal tersebut termasuk jenis penelitian asosiatif, dan hubungan antara variabel termasuk hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat akibat (Sugiyono, 2010;37)

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Sugiyono (2010;115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempengaruhi kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini tak hingga yaitu laki-laki dan perempuan konsumen yang pernah menonton iklan Cornetto edisi Taylor Swift Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2010;116) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh dan snowball*. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah aksidental sampling.

Menurut Sugiyono (2010;122) aksidental sampling adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu ditemui cocok. Maka kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang pernah menonton atau menyaksikan iklan Cornetto edisi Taylor Swift, Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2002) ukuran Sampel yang layak digunakan antara 30 sampai 100 responden, menurut Aaker dalam Prayoga (2006) yang menyatakan “ *that the sample be large enough so that when it divided into group will have minimum sample size of 100 or more*”. Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dan kriteria yang akan dijadikan sampel adalah sebagian konsumen yang pernah menonton iklan Cornetto edisi Taylor Swift, Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik .

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sarwono (2006;67) Operasional Variabel bermanfaat untuk: 1) mengidentifikasi kriteria yang dapat diobservasi yang sedang didefinisikan; 2) menunjukkan bahwa suatu konsep atau objek mungkin mempunyai lebih dari satu definisi operasional; 3) mengetahui bahwa definisi operasional bersifat unik dalam situasi dimana definisi tersebut harus digunakan. Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Variabel bebas terdiri dari tiga variabel yaitu iklan (X1), *celebrity endorser* (X2), dan *sponsorship* (X3), sedangkan variabel dependen terdiri dari satu variabel yaitu brand image (Y)

#### 3.4.1 Definisi Variabel Independen

##### 1. Variabel bebas / variabel independen ( variabel X )

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Menurut Sugiyono (2010;59) variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah sebagai berikut:

##### a) Iklan (X1)

Iklan dipandang sebagai kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik secara langsung lisan maupun dengan penglihatan (berupa berita) tentang suatu produk, jasa atau ide. Kegiatan periklanan berarti kegiatan menyebarkan berita (informasi) kepada pasar

(masyarakat/konsumen) (Mursid 2010;96). Dengan beberapa indikator yaitu:

- 1) Memberikan informasi
- 2) Membujuk atau mempengaruhi
- 3) Menciptakan kesan
- 4) Memuaskan keinginan
- 5) Sebagai alat komunikasi

b) *Celebrity endorser* (X2)

Adanya duta merek atau pendukung merupakan strategi dalam menciptakan dan mengkomunikasikan citra merek yang menguntungkan dimana jaringan duta bertujuan untuk mengembangkan citra dan daya tarik (Anderson 2009;41-51) dalam Andjarwati (2013). Dengan beberapa indikator yaitu:

- 1) Endorser menarik
- 2) Endorser terpercaya
- 3) Endorser memiliki keahlian

c) *Sponsorship* (X3)

Adapun indikator dari *Sponsorship* :

- 1) *Target Audience Reach*
- 2) *Compatibility With The Company's or Brand Positioning*
- 3) *Message Capacity*

### 3.4.2 Definisi Variabel Dependen

Variabel Terikat/ Variabel dependen (Y)

Adapun faktor yang digunakan sebagai indikator penelitian:

1. Wall's sebagai merek yang dikenal.
2. Wall's mempunyai duta merek.
3. Wall's sebagai perusahaan yang dekat dengan konsumen.

### 3.5 Pengukuran Variabel

Pengukuran data dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*, skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang untuk sekelompok orang tentang fenomenal sosial (Sugiyono, 2010;132).

Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau jawaban.

Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:

1. Jika responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju) maka diberikan nilai 1.
2. Jika responden menjawab TS (Tidak Setuju) maka diberikan nilai 2.
3. Jika responden menjawab R (Ragu-ragu) maka diberikan nilai 3.
4. Jika responden menjawab S (Setuju) maka diberikan nilai 4.
5. Jika responden menjawab SS (Sangat Setuju) maka diberikan nilai 5.

### 3.6 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden. Data primer yang

digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berisi tentang Iklan, *Celebrity endorser* dan *Sponsorship* terhadap *Brand image* di Kecamatan Kebomas.

### **3.7 Teknik Pengambilan Data**

Instrumen atau alat yang digunakan untuk pengambilan atau pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran *questioner* (angket). *Questioner* merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2010;199).

Data kuisioner penelitian ini akan disebarakan pada Konsumen yang pernah menonton iklan Cornetto edisi Taylor Swift di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik. Hal ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari responden.

### **3.8 Uji Instrumen**

Sebelum dilakukan analisis data dengan teknik regresi linear, terlebih dahulu dilakukan dengan pengukuran realibilitas dan validitas data atau jawaban dari responden atas kuisioner.

#### **1. Uji validitas**

Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Menurut Sugiyono (2010;106). Untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total yang menggunakan korelasi *product moment*. Valid tidaknya suatu item, diketahui dengan membandingkan indeks koefisien korelasi *product moment* ( $r$ ) dengan nilai

hitungkritisnya, dimana  $r$  dapat diperoleh dengan rumus (Sugiyono, 2005;212) sebagai berikut

$$r = \frac{N (\Sigma XY) - (\Sigma X \cdot \Sigma Y)}{\sqrt{[n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2] [n \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan

$N$  = Banyaknya variabel

$X$  = Skor item x

$Y$  = Skor item Y

Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dalam uji validitas suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika  $r$  hasil  $>$   $r$  tabel dengan  $df = N-2$  dan tingkat signifikansi 5%.

## 2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur suatu kestabilan dan konsistensi skala pengukuran. Data yang diperoleh harus menunjukkan hasil yang stabil dan konsistensi bila dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama. Untuk mengetahui konsistensi dari data yang dilakukan dengan uji reliabilitas konsistensi internal (Sugiyono, 2010;185)

Suatu kuisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan cara mencobakan instrument sekali saja, kemudian data yang diperoleh dari analisis dengan teknik tertentu, dalam hal ini teknik yang

digunakan adalah teknik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai koefisien  $\alpha > 0,60$  (Ghozali, 2005;42)

### 3.9 Uji Asumsi Klasik

Persamaan regresi yang diperoleh dari analisis data harus menghasilkan estimator linear tidak terbatas atau bersifat *BLUE* (*Best Linear Unbias Estimator*) sehingga dalam pengambilan keputusan yang *BLUE* maka harus dipenuhi beberapa simulasi.

#### 3.9.1 Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah suatu korelasi antara nilai variabel dengan nilai variabel yang sama pada lag satu atau lebih sebelumnya. (Bambang, 2007:93). Definisi yang lain adalah terdapat pengaruh dari variabel dalam model melalui tenggang waktu. Hal ini berarti bahwa nilai variabel saat ini akan berpengaruh pada nilai variabel di masa yang akan datang. Jika dalam model regresi terdapat autokorelasi maka akan menyebabkan *varians* sampel tidak dapat menggambarkan *varians* populasinya yang populasinya dan model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel independen tertentu.

Untuk mendiagnosis ada tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi dapat dilakukan dengan cara melakukan pengujian terhadap nilai uji Durbin – Watson (DW). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

1. Bila nilai DW terletak diantara batas atas ( $du$ ) dan ( $4-du$ ), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol berarti tidak ada autokorelasi

2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah ( $dl$ ) , maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol , berarti ada autokorelasi positif .
3. Bila nilai DW lebih besar daripada ( $4-dl$ ), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif
4. Bila nilai DW terletak diantara batas atas ( $du$ ) dan batas bawah ( $dl$ ) atau DW terletak antara ( $4-du$ ) dan ( $4-dl$ ) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan .

### 3.9.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas artinya variabel independen yang satu dengan independen yang lain dalam model regresi saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna. Apabila dalam model regresi terdapat multikolinearitas maka akan menyebabkan kesalahan estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel independen, tingkat estimasi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol akan semakin besar dan probabilitas menerima hipotesis yang salah juga semakin besar, hal ini akan mengakibatkan model regresi yang diperoleh tidak valid untuk menaksir nilai variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengandung korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan *value inflation (VIF)*. Apabila nilai *tolerance value*  $< 0,10$  dan *VIF*  $> 10$  maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai *tolerance value*  $> 0,10$  dan *VIF* kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

### 3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain yang tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dan residualnya. Deteksi terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Bila ada pola tertentu, seperti titik yang menyebar di atas dan dibawah titik 0 maka dapat disimpulkan dalam data bebas dari heterokedastisitas dan sebaliknya (Ghozali, 2005;105).

### 3.10 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linear berganda untuk menguji kebenaran hipotesis yaitu Iklan, Celebrity endorser dan Sponsorship berpengaruh terhadap *Brand Image Wall's*. Adapun rumus yang digunakan dalam pengujian ini adalah

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan

Y = *Brand Image*

a = konstanta

x1 = *Iklan*

x2 = *Celebrity Endorser*

- x3 = *Sponsorship*  
 e = rata-rata pengganggu  
 b1,b2,b3 = koefisien regresi

### 3.11 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan secara parsial (t) dan secara simultan (F).

Perhitungan statistic disebut signifikan secara statistic apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak), sebaliknya disebut signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima (Ghozali,2011). Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

#### 1. Uji t

Untuk mengetahui masing-masing variabel bebas secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Uji t hitung bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

- 1)  $H_0 = b_1, b_2, b_3 = 0$  artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan.
- 2)  $H_1 = b_1, b_2, b_3 \neq 0$  artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan.
- 3) Rumus:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{Se(b_i)}$$

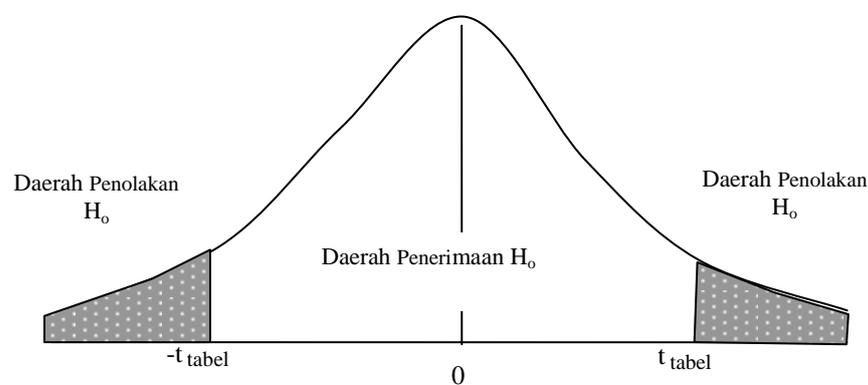
Keterangan :

$b_i$  = Koefisien Regresi

Se = standar error

Tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%:2 = 2,5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$  (Priyatno, 2012;91).

4) Kriteria pengujian sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Secara Parsial (Uji t)**

Kriteria Pengujian:

- a) Jika  $t_{hitung} > t_{table} = H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan.
- b) Jika  $t_{hitung} < t_{table} = H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan

## 2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

- 1)  $H_0 = b_1, b_2, b_3, = 0$  artinya secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat secara bersama-sama.
- 2)  $H_1 = b_1, b_2, b_3, \neq 0$  artinya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat secara bersama-sama.
- 3) Rumus:

$$f_{\text{hitung}} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (N - k - 1)}$$

Dimana:

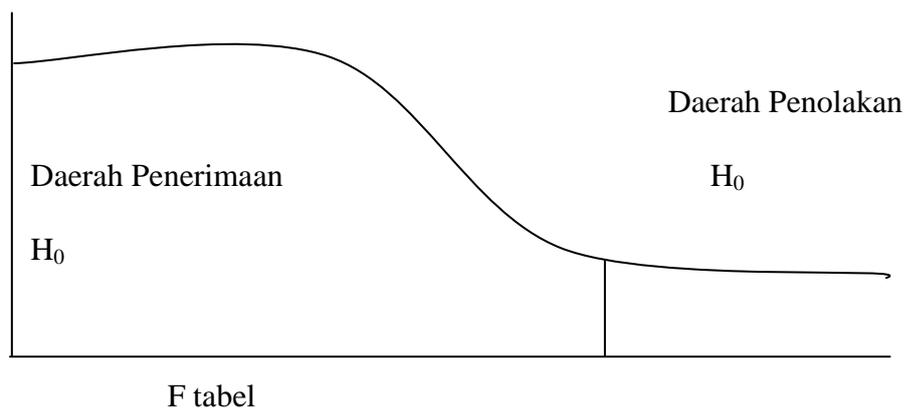
$R^2$  = Koefisien determinasi

N = Jumlah observasi

K = Jumlah variabel bebas

Tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  (0,05) dengan  $df_1 = \text{jumlah variabel} - 1$  dan  $df_2 = n - k - 1$  (Priyatno, 2012:93)

- 4) Kriteria Pengujian sebagai berikut:



**Gambar 3.2**  
**Daerah Penerimaan dan Penolakan H<sub>0</sub> (Uji F)**

**Kriteria Pengujian :**

- a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$  ditolak, artinya variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$  diterima, artinya variabel independen secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.