

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, penelitian yang tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas, Machfudz (2014;18)

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kabupaten Gresik.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang terbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006 : 223). Berdasarkan pendapat Machfudz (2014:138) populasi adalah Sekelompok subyek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Sekelompok subyek ini harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subyek lainnya. Populasi penelitian ini adalah orang yang memiliki minat minat pembelian produk Tolak Angin Cair di Kabupaten Gresik.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah subjek dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subjek diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota

populasi, oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006). Penelitian lain menjelaskan bahwa Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sampel yang baik menurut Sugiyono (2011;91) antara 30-500 responden, jumlah sampel ditetapkan atas pertimbangan pribadi dengan catatan bahwa sampel tersebut cukup mewakili populasi dengan pertimbangan tertentu. Sampel penelitian 50 orang, diambil dari masyarakat yang memiliki minat pembelian produk tolak angin cair di Kabupaten Gresik.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Accidental*. *Sampling Accidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, anggota populasi yang kebetulan dijumpai peneliti . Sampel yang dianggap cocok adalah orang yang membeli tolak angin cair (Machfudz; 2014;159)

### **3.4 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

Definisi Operasional variabel yaitu pemberian arti operasional terhadap variabel yang tercantum dalam hipotesis penelitian (Machfudz, 2014;131).

#### **3.4.1 Variabel Independen**

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono;2008). Variabel penelitian ini adalah:

##### **1. *Selebrity endorser* (X1)**

Shimp (2003;460) mendefinisikan *celebrity endorser* adalah seorang pribadi baik itu aktor, artis maupun atlit yang dikenal masyarakat dan menjadi pujaan, karena prestasinya di suatu bidang. Indikator- indikatornya adalah :

- a. Kredibilitas *celebrity*
- b. Daya tarik *celebrity*
- c. Keahlian *celebrity*

## 2. *Brand Personality* (X2)

*Brand personality* adalah pemanfaatan karakteristik manusia ke dalam suatu merek sehingga terbentuk kedekatan emosional antara merek dengan konsumen. Indikator yang digunakan adalah:

- a. Sederhana (dimensi *sincerity*)
- b. Bersemangat (dimensi *excitement*)
- c. Dapat diandalkan (dimensi *competence*)
- d. Menarik (dimensi *sophistication*)
- e. Tangguh (dimensi *ruggedness*).

## 3. *Brand Image* (X3)

Citra merek adalah bagaimana seseorang menggambarkan dan memikirkan merek tersebut. Indikator – indikator citra merek :

- a. Citra pembuat
- b. Citra pemakai
- c. Citra produk

### 3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang dijadikan variabel dependen adalah :

### 1. Intensi Pembelian (Y)

Intensi Pembelian adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan transaksi pembelian atas produk tertentu. indikator intensi pembelian dalam penelitian ini adalah

- a. Keinginan untuk membeli,
- b. Informasi produk
- c. Lingkungan.

### 3.5 Skala Pengukuran

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Likert. Menurut Mac hfudz (2014:131) menetapkan skor bukan skala, kemudian kembangkan dan susun intrumen penelitian berupa pertanyaan (kuisoner). Skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Skor 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju(S)
3. Skor 3 untuk jawaban Tidak Punya Pilihan (TPP)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

### 3.6 Jenis dan Sumber Data

#### 3.6.1 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 *celebrity endorser, brand personality, brand image* dan intensi pembelian.

### 3.7 Prosedur Pengumpulan Data

Instrumen atau alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuisisioner. Kuisisioner, yaitu teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan jawaban dari daftar pertanyaan melalui penyebaran kuisisioner. Pada responden untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian dan tanggapan responden untuk teknik pengambilan data berupa kuisisioner akan menghasilkan data identitas responden sesuai hasil survey lapangan tersebut merupakan bahan untuk analisa penelitian.

### 3.8 Uji Instrumen

#### 3.8.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. 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 hitung kritisnya, dimana  $r$  dapat diperoleh dengan rumus (Machfudz, 2014:135) sebagai berikut :

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

Keterangan :

- N = Banyaknya variabel
- X = Skor item x
- Y = Skor item y

Jika  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  table (uji 2 sisi dengan tingkat signifikansi 5%) maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

### **3.8.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan hasil jawaban suatu pertanyaan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan (Machfudz, 2014;135). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $>$  0,60 (Maholtra, 1992 dalam Machfudz, 2014;136).

### **3.8.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **1. Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2009; 109) menyatakan bahwa uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Data normal dan tidak normal dapat diuraikan sebagai berikut (Ghozali, 2009; 109);

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, tidak menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Multikolinearitas

Jika pada model persamaan regresi mengandung gejala multikolinearitas, berarti terjadi korelasi (mendekati sempurna) antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Suatu model regresi yang bebas multiko adalah sebagai berikut mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai *VIF (Variance Inflation Factor)* kurang dari 10 Ghozali,( 2009; 26).

## 3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2009; 37) uji heterokedastisitas menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Deteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik Scatterplot. Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

#### 4 Uji Autokorelasi

Adalah suatu korelasi antara nilai variabel dengan nilai variabel yang sama pada lagi satu atau lebih sebelumnya (Gozali, 2009;79). 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 dimasa yang akan datang. jika dalam model regresi terdapat autokorelasi maka akan menyebabkan *varians* sampel tidak dapat menggambarkan *varians* 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 ( $d_u$ ) dan ( $4-d_u$ ), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol berarti tidak ada autokorelasi
2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah ( $d_l$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif .
3. Bila nilai DW lebih besar daripada ( $4-d_l$ ), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif
4. Bila nilai DW terletak diantara baris atas ( $d_u$ ) dan batas bawah ( $d_l$ ) atau DW terletak antara ( $4-d_u$ ) dan ( $4-d_l$ ) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.



### 3.9 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linear berganda karena dapat menerangkan ketergantungan variable terikat dengan satu atau lebih variable bebas. Dalam analisis ini dapat diukur hubungan antara satu variable terikat dengan satu variable bebas.

Model analisis regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

- Y = Intensi pembelian (variabel dependen)
- X1 = *celebrity endorser*
- X2 = *brand personality*
- X3 = *brand image*
- a = konstanta
- b1;b2;b3 = Koefisien Regresi
- e = *error*

#### 3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai  $t_{hitung}$  masing-masing koefisien regresi dengan nilai  $t_{tabel}$  (nilai kritis) dengan tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan  $df = (n-k-1)$ , dimana  $n$  adalah jumlah data observasi dan  $k$  adalah jumlah variabel independen.

Menentukan  $t_{hitung}$ , dapat dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

$b_i$  = Koefisien regresi variabel  $i$

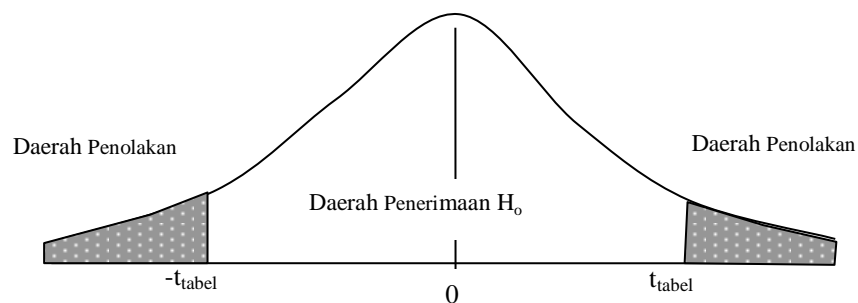
$S_{b_i}$  = Standar error variabel  $i$

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, dan  $H_a$  ditolak.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima.

Kriteria uji yang digunakan adalah:

- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya variabel independent (*celebrity endorser, brand personality dan brand image*) tidak berpengaruh terhadap variabel dependent intensi pembelian.
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel independent (*celebrity endorser, brand personality dan brand image*) berpengaruh terhadap variabel dependent intensi pembelian.



**Gambar 3.1**  
**Kurva Distribusi Penolakan / Penerimaan Hipotesis Secara Parsial**