

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan di suatu tempat atau lokasi yang dipilih untuk meneliti atau menyelidiki sesuatu yang terjadi di tempat tersebut.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif yang bersifat korelasi. Pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang dipakai untuk meneliti populasi atau sampel. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang memiliki ciri-ciri sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Adapun penelitian korelasi, bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih, dan data masing-masing variabel berbentuk interval atau rasio semua. Khusus pada penelitian ini berarti untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap pendapatan keputusan pembelian.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian berisi tentang lokasi dan waktu penelitian. Lokasi penelitian adalah situasi dan kondisi lingkungan sebuah penelitian dilaksanakan. Sedangkan waktu penelitian adalah situasi masa pelaksanaan penelitian.¹

Penelitian ini dilakukan kepada beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2017 di Institut Agama Islam Negeri Kudus dijadikan sebagai sampel. Sedangkan waktu penelitian dimulai dari bulan September 2023 sampai Desember 2023.

¹ Supaat et al., *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)*, 35.

C. Sumber Data

Sumber data penelitian ini secara umum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu sumber data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari hasil kuesioner yang diberikan mahasiswi aktif FEBI IAIN Kudus tahun 2017.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari catatan atau sumber lain yang telah ada sebelumnya dan diolah kemudian disajikan dalam bentuk teks, karya tulis, laporan penelitian, buku dan lain sebagainya. Data sekunder yang dibutuhkan diperoleh dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, jurnal-jurnal terdahulu, dan internet. Data sekunder digunakan untuk menggambarkan keadaan mahasiswi FEBI IAIN Kudus.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu, yang telah ditentukan oleh peneliti kemudian disimpulkan. Mahasiswi Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus tahun 2017 yang saat ini berjumlah 63 orang.

2. Sampel

Sampel yaitu sebagian dari populasi yang diteliti oleh penulis. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini ialah teknik *non-probability sampling* (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan karakteristiknya. Teknik ini dipilih karena populasi dan sampel yang diambil memiliki karakteristik tertentu, diantara lain:

- Mahasiswi FEBI angkatan 2017 yang masih aktif
- Membeli dan pengguna produk kerudung Zoya

- c) Bersedia menjadi responden

Penelitian ini juga menggunakan teknik *snowball sampling*. Peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* karena memperhatikan pertimbangan tertentu yang kemungkinan akan dihadapi pada saat penelitian. Pertimbangan tersebut misalnya data yang didapatkan kurang dapat memenuhi kapasitas. Teknik *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data.²

E. Identifikasi Variabel Penelitian

Definisi variabel penelitian yaitu suatu atribut yang berasal dari objek yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditentukan peneliti kemudian dipelajari serta disimpulkan. Adapun variabelnya yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Penelitian ini terdiri dari 3 variabel independen, yaitu:

- Kualitas produk (X1)
- Celebrity endorser* (X2)
- Brand image* (X3)

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu Keputusan pembelian (Y).

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cetakan Ke-26, 62.

F. Definisi Operasional variabel

Definisi operasional yaitu batasan yang diberikan peneliti pada variabel yang diteliti, supaya variabel yang diteliti menjadi lebih spesifik. Adapun tabel definisi operasional variabelnya yaitu:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

N o	Varia bel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Kualit as produ k (X1)	Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasinya. Nilai yang diberikan oleh pelanggan diukur berdasarkan kepercayaan (<i>reliability</i>), resistensi (<i>durability</i>), dan performa (<i>performance</i>).	1. Kinerja (<i>Performanc e</i>) 2. Fitur (<i>Feature</i>) 3. Kehandalan (<i>Reliability</i>) 4. Daya tahan (<i>Durability</i>) 5. Kesesuaian (<i>Conforman ce</i>)	Likert Skala 1-5
2	<i>Celeb itry endor ser</i> (X2)	<i>Celebrity endorser</i> adalah tokoh terkenal yang digemari oleh masyarakat yang dapat mendukung suatu iklan	1. Popularitas (<i>Visibility</i>) 2. Kredibiitas (<i>Creadibility</i>) 3. Daya Tarik (<i>Attraction</i>) 4. Kemampuan (<i>Power</i>)	Likert Skala 1-5

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
3	<i>Brand image</i> (X3)	<i>Brand image</i> merupakan cara orang berpikir tentang sebuah merek secara abstrak dalam pemikiran mereka, sekalipun pada saat mereka memikirkannya, mereka tidak berhadapan langsung dengan produk ³	1. Kekuatan (<i>Strength</i>) 2. Keunikan (<i>Uniqueness</i>) 3. Kesukaan (<i>Favourable</i>)	Likert Skala 1-5
4	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang	Likert Skala 1-5

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang menunjukkan hasil seberapa baik alat ukur yang dipergunakan dalam suatu ukuran yang sedang dilakukan. Ghazali mengemukakan

³ Lane, *Strategic Brand Management, International Edition, Edisi 2.*

uji validitas dipergunakan untuk mengukur kuesioner dianggap valid atau tidak. Uji signifikansi koefisien korelasi biasanya dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05 ketika menentukan apakah suatu item digunakan. Jika suatu item menunjukkan korelasi yang signifikan dengan skor total, maka item tersebut dianggap valid.

Teknik yang digunakan peneliti untuk menguji validitas yaitu menggunakan korelasi *Bivariat Pearson* (produk momen person). Analisis ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor untuk setiap item dengan skor total. Jumlah poin adalah jumlah dari semua item. Untuk $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ (sig. 0,05 uji dua sisi), instrumen atau item pertanyaan memiliki korelasi yang signifikan dengan jumlah total skor (dinyatakan valid). Begitu pun sebaliknya jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya merupakan suatu alat untuk mengukur kuesioner, yang merupakan indikator variabel atau konfigurasi. Ghazali menjelaskan kuesioner dikatakan kredibel jika respon seseorang terhadap suatu pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur dalam satu kali pengukuran. Setelah diukur, hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau korelasi antara jawaban pertanyaan diukur. Instrumen suatu penelitian dapat dinyatakan konsisten apabila perangkat tersebut terbukti reliabel, yaitu jika *Cronbach's alpha index* $> 0,70$.

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dipakai penulis supaya bisa mendapatkan data serta informasi yaitu:

1. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat, majalah, prestasi, notulen, rapat, agenda, dan sebagainya.⁴ Metode ini penulis gunakan untuk

⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2012), 275.

memperoleh data tentang keadaan mahasiswi Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus tahun 2017, serta dokumen lainnya yang dapat menunjang dalam penelitian.

2. Kuesioner (Angket)

Angket atau kuesioner adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti. Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis angket tertutup. Peneliti membagikan kuesioner kepada responden yaitu mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus tahun 2017 berupa pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan dengan alternatif jawaban-jawaban yang telah disediakan peneliti.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *skala likert*. Menurut Sugiyono skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian, dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif yang dapat berupa antara lain:

Tabel 3.2
Skor Penialain Skala Likert

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju = SS	5
2	Setuju = S	4
3	Netral = CS	3
4	Tidak Setuju = TS	2
5	Sangat Tidak Setuju = STS	1

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan supaya bisa mengetahui di dalam model regresi apakah, residualnya terdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini terdapat 2 cara yang bisa dipakai, yaitu sebagai berikut:

a. Analisis Grafik

Analisis ini dilakukan dengan cara melihat grafik perbandingan histogram antara observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Prinsip uji normalitas memakai histogram dan grafik normal P-Plot yaitu:

- 1) Apabila data posisinya menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti grafik histogramnya artinya pola terdistribusi normal, dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data posisinya berada jauh dari garis diagonal serta tidak mengikuti garis histogramnya artinya pola tidak terdistribusi normal, dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Analisis Statistik

Pengujian analisis statistik bisa dilakukan dengan uji statistik non parametrik *Kalmogorov Smirnov* (K-S). Ketentuannya yaitu: Apabila nilai sig menunjukkan lebih besar dari 0,05 artinya datanya normal. Apabila nilai sig lebih kecil dari 0,05 artinya datanya tidak normal. Dalam pengujiannya memakai SPSS 21.

2. Uji Multikolonearitas

Uji Multikolonearitas dilakukan supaya bisa mengetahui di dalam model regresi apakah terjadi korelasi antar variabel bebas. Uji ini dilaksanakan dengan melihat nilai:

- a. *Tolerance*, apabila nilainya lebih besar dari 0,10 artinya tidak terjadi multikolonearitas. Namun apabila nilainya lebih kecil dari 0,10 artinya terjadi multikolonearitas.
- b. *VIF* atau *Variance Inflation Faktor*, apabila nilai *VIF* lebih kecil dari 10 artinya tidak terjadi multikolonearitas. Namun apabila nilai *VIF* lebih besar

dari 10 artinya terjadi multikolonieritas.⁵ Pengujian ini dilakukan menggunakan SPSS 21.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dilakukan supaya bisa mengetahui di dalam model regresi apakah terjadi ketidaksamaan variance serta residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji ini memakai Uji Glejser serta memakai SPSS 21. Ketentuannya yaitu:

- Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya tidak terjadi Heterokedastisitas.
- Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 artinya terjadi Heterokedanstisitas.

J. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda ialah uji yang dilakukan apabila variabel bebas lebih dari satu.. Persamaannya yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Celebrity endorser

X_3 = Brand image

e = error term

Cara kedua melalui signifikansi ialah membandingkan sig. 0,05. Ketentuannya yaitu:

- Apabila nilai sig lebih kecil dari 0,05 artinya terdapat pengaruh signifikan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Apabila nilai sig lebih besar dari 0,05 artinya tidak terdapat pengaruh signifikan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

⁵ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 157.

2. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat secara parsial atau tidak. Ketentuannya yaitu:

- Apabila t hitung lebih besar dari t tabel artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya terdapat pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat.
- Apabila t hitung lebih kecil dari t tabel artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya tidak terdapat pengaruh secara individu variabel bebas terhadap variabel terikat.

Cara kedua melalui signifikansi ialah membandingkan sig. 0.05 dengan ketentuan yaitu:

- Apabila nilai sig lebih kecil dari 0,05. Artinya terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Apabila nilai sig lebih besar dari 0,05. Artinya tidak terdapat pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat.

3. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan supaya bisa mengetahui seluruh variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) memiliki hubungan terhadap variabel terikat atau tidak. Uji ini dilakukan dengan memakai SPSS 21. Uji ini dilakukan dengan 2 cara ketentuannya yaitu:

- Apabila F -hitung lebih besar dari F tabel artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya terdapat hubungan simultan signifikan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Apabila F -hitung lebih kecil dari F -tabel artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya tidak terdapat hubungan simultan signifikan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

4. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji ini dilakukan supaya bisa mengetahui seberapa besar kemampuan model ketika menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi yang digunakan adalah *Adjusted R-Square* karena variabel independen yang diteliti lebih dari dua. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 mendekati 1 maka

dapat dikatakan semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam model regresi tersebut untuk menerangkan variabel terikatnya. Sebaliknya, jika R^2 mendekati 0 maka semakin lemah kemampuan variabel bebas dalam model regresi tersebut untuk menerangkan variabel terikatnya.⁶



⁶ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 147.