

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), karena penulis terlibat langsung dalam penelitian. *Field research* adalah melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden.¹

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah menjadi tradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode *positivistic* karena berlandaskan pada filsafat *positivism*. Metode ini sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai ilmu pengetahuan dan teknologi baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.² Metode survei adalah metode pengumpulan data primer yang didapat dari hasil komunikasi antara peneliti dengan responden guna mendapatkan data yang dibutuhkan. Data penelitian berupa data responden yang mengatakan pendapat, sikap, pengalaman atau karakteristiknya baik perorangan ataupun kelompok.³ Alat pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini, survei dilaksanakan dengan cara menyebarkan kuesioner pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2016-2017 yang pernah menonton *vlog* Suhay Salim yang berjudul “*Sleeping Mask* Termurah”.

¹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Pers, 2009), 43.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 13.

³ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002), 152.

B. Sumber Data

Sumber data digunakan untuk mengetahui bagaimana informasi yang tersaji dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari lapangan melalui sumber data orang pertama dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi/survei dan kuesioner. Dalam penelitian ini data primer didapat dari penyebaran kuesioner kepada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus yang pernah menonton *beauty vlog* Suhay Salim yang berjudul “*Sleeping Mask Termurah*”. Responden diminta untuk menjawab pernyataan yang ada dalam kuesioner selanjutnya hasil jawaban tersebut diolah menggunakan SPSS.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang digunakan peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya diberi kesimpulan.⁴ Hal ini mengacu pada keseluruhan kelompok, kejadian, ataupun hal minat yang ingin peneliti telusuri. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2016-2017. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlah sebenarnya mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2016-2017 yang pernah menonton *vlog* Suhay Salim karena tidak semua mahasiswi pernah menonton *vlog* Suhay Salim yang berjudul “*Sleeping Mask Termurah*”.

2. Sampel

Sampel adalah bagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti.⁵ Sedangkan, teknik *sampling* merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian.⁶ Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling*, adalah teknik

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 72.

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 174.

⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 142.

pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁷ Jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *sampling aksidental*.

Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan ketidaksengajaan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, apabila orang yang ditemui cocok sebagai sumber data.⁸ Dalam hal ini, cara yang digunakan dalam pengambilan sampel secara *sampling aksidental* adalah dengan membagikan kuesioner kepada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2016-2017 yang pernah menonton *vlog* Suhay Salim yang berjudul “*Sleeping Mask Termurah*”.

Bila dalam suatu penelitian yang populasinya tidak diketahui secara pasti, maka digunakan teknik *sampling* kemudahan. Berdasarkan *sampling* kemudahan digunakan ukuran sampel untuk estimasi nilai rata-rata, maka penghitungan jumlah sampel berdasarkan rumus sebagai berikut:⁹

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

Z : tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha = 10\%$ (derajat keyakinan ditentukan 95 %) maka $Z = 1,96$

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir diinginkan 10%.

Jadi besarnya sampel yang digunakan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} \\ &= 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 97 \end{aligned}$$

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 77.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 77.

⁹ Agus Ferninand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: BPPE Universitas Diponegoro, 2006), 53.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, didapat jumlah sampel yang akan diteliti yaitu 97 responden. Sampel ini merupakan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2016-2017 yang pernah menonton *vlog* Suhay Salim yang berjudul “*Sleeping Mask Termurah*”.

D. Identifikasi Variabel

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab terjadinya perubahan atas munculnya variabel dependen.¹⁰ Variabel independen penelitian ini yaitu kredibilitas (X1) dan daya tarik (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat munculnya variabel independen.¹¹ Variabel dependen penelitian ini yaitu *purchase intention* (Y).

E. Variabel Operasional

Dalam penelitian supaya dapat membedakan antara teori dan analisis maka diperlukan penjabaran konsep melalui variabel operasional yang telah ditentukan peneliti untuk diteliti. Variabel yang dikaji adalah kredibilitas (X1) dan daya tarik (X2) serta *purchase intention* (Y). Lebih jelasnya variabel operasional dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Variabel Operasional

Variabel	Atribut Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
<i>Celebrity Endorser</i>	Kredibilitas (X1)	<i>Celebrity Endorser</i> yang kredibel, bisa dipercaya dan dinilai ahli atau mempunyai pengetahuan tentang kategori produk, maka <i>celebrity endorser</i>	a. <i>Beauty vlogger</i> objektif dalam presentasinya b. <i>Beauty vlogger</i> tidak berusaha untuk memanipulasi	<i>Likert</i>

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 33.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 33.

		dapat membuat seseorang melakukan suatu tindakan.	<p>c. <i>Beauty vlogger</i> dapat meyakinkan penonton bahwa suatu produk dapat mengatasi permasalahan kulit seseorang</p> <p>d. <i>Beauty vlogger</i> merupakan orang yang ahli dilihat dari pengetahuan yang dimilikinya</p> <p>e. <i>Beauty vlogger</i> merupakan orang yang ahli dilihat dari pengalaman yang dimilikinya</p> <p>f. <i>Beauty vlogger</i> merupakan orang yang ahli dilihat dari keterampilan yang dimilikinya</p>	
Daya Tarik (X2)	<i>Endorser</i> yang dinilai memiliki sejumlah karakteristik daya tarik seperti menarik secara fisik, dihormati serta dianggap memiliki kesamaan dengan penonton	<p>a. <i>Beauty vlogger</i> dapat menjadikan penonton tertarik melalui caranya berkomunikasi</p> <p>b. <i>Beauty</i></p>		<i>Likert</i>

		<p>dalam hal karakteristik apapun yang berkaitan dengan penonton.</p>	<p><i>vlogger</i> dapat menjadikan penonton tertarik melalui keterampilan dan kualitasnya</p> <p>c. <i>Beauty vlogger</i> dapat menjadikan penonton tertarik melalui kondisi fisiknya</p> <p>d. <i>Beauty vlogger</i> memiliki kesamaan kebutuhan dengan penonton</p>	
<p><i>Purchase Intention</i> (Y)</p>		<p>Tahap kecondongan konsumen dalam melakukan suatu tindakan sebelum benar-benar melakukan keputusan pembelian.</p>	<p>a. Konsumen bersedia untuk membeli.</p> <p>b. Kemauan konsumen melakukan pembelian pada waktu mendatang</p> <p>c. Kemauan konsumen melakukan pembelian produk karena terdapat manfaat didalamnya</p> <p>a.</p> <p>d. Kemauan konsumen melakukan</p>	<p><i>Likert</i></p>

			pembelian produk didorong oleh <i>beauty vlogger</i> yang mengulasnya. e. Kemauan konsumen melakukan pembelian produk karena merasa percaya dengan <i>beauty vlogger</i> yang mengulasnya. f. Kemauan konsumen melakukan pembelian produk karena tertarik oleh <i>beauty vlogger</i> yang mengulasnya. ¹²	
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode survei dengan menggunakan alat pengumpulan data yaitu kuesioner. Metode survei adalah metode pengumpulan data primer yang didapat dari hasil komunikasi antara peneliti

¹² Finna Anastasia Wijaya dan Sugiono Sugiharto, "Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond's)," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 9, no. 1 (2015): 18.

dengan responden guna mendapatkan data yang dibutuhkan. Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sebuah pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang efisien apabila diketahui secara pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diinginkan dari responden.¹³ Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang/kelompok mengenai fenomena sosial.¹⁴ Kemudian jawaban responden diberikan skor dalam berbagai rentang nilai. Pernyataan yang terdapat dalam kuesioner mempunyai 5 pilihan jawaban yang mempunyai skor sebagai berikut

1. Sangat Setuju : 5 skor
2. Setuju : 4 skor
3. Netral : 3 skor
4. Tidak Setuju : 2 skor
5. Sangat Tidak Setuju: 1 skor

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

Teknik pengujian instrumen yang digunakan oleh peneliti, antara lain:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan yang ada pada kuesioner mampu menunjukkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁵

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dapat diketahui dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2, yang mana n merupakan

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 135.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 86.

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52.

jumlah sampel.¹⁶ Data uji validitas diperoleh dari 30 angket yang disebarakan pada non responden. Kemudian data diolah dengan SPSS, hasil dapat dilihat pada *Item-Total Statistics* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Selanjutnya, nilai r_{hitung} dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka kuesioner dari masing-masing variabel dikatakan valid, r_{hitung} bisa diketahui dengan rumus yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

- r : Koefisien korelasi
- n : Banyaknya sampel
- $\sum XY$: Hasil perkalian X dan Y
- $\sum X$: Jumlah X
- $\sum X^2$: Jumlah kuadrat X
- $\sum Y$: Jumlah Y
- $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat Y¹⁷

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji instrumen yang digunakan untuk mengukur kuesioner dari indikator variabel. Kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban responden konsisten atau stabil dari awal sampai akhir.¹⁸ Kegunaan uji instrumen ini adalah memastikan instrumen yang digunakan betul-betul bisa digunakan untuk penelitian serta dapat mewakili sesuatu yang ingin diketahui oleh peneliti. Pengujian dilakukan kepada 30 non responden. Uji reliabilitas penelitian ini diukur menggunakan *one shot* atau pengukuran hanya sekali. Pengukuran dilakukan sekali dan hasil yang diperoleh dibandingkan dengan pernyataan lain atau dengan mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. Masing-

¹⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 53.

¹⁷ J. Supranto dan Nandan Limakrisna, *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi Edisi 3*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 97.

¹⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 47.

masing variabel dikatakan reliabel apabila mempunyai nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

2. Uji Pra Syarat

Penelitian ini memakai model analisis regresi berganda untuk menganalisis data. Sebelum melakukan analisis regresi tersebut, lebih dulu melakukan uji pra syarat antara lain uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas serta uji normalitas. Apabila hasil uji pra syarat menunjukkan hasil yang baik, maka analisis regresi berganda dapat dilakukan.

Uji pra syarat dalam penelitian ini, antara lain:

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya kemiripan antar variabel bebas. Model regresi yang baik tidak akan ditemukan korelasi antar variabel bebas. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang mempunyai nilai korelasi dengan sesama variabel bebas $= 0$. Deteksi ada tidaknya multikolinieritas diketahui dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinieritas tidak terjadi jika nilai toleransi $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .¹⁹

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai untuk menguji apakah tidak terjadi kesamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila nilai *variance* tetap, maka dinamakan homoskedastisitas dan apabila berbeda dinamakan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁰ Uji heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan uji *glejser*. Uji *glejser* dilakukan dengan cara meregresikan residual dengan

¹⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 105-106.

²⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

variabel bebas. Variabel dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika hasil nilai signifikansinya $> 0,05$.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui apakah dalam model regresi, residual berdistribusi normal. Uji t dan uji F menganggap jika nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila hal tersebut diindahka, maka uji statistic dianggap tidak valid. Uji normalitas yang digunakan yaitu uji statistik non-parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Jikalau hasil uji normalitas menunjukkan nilai lebih dari 0,05, artinya data tersebut normal.²¹

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi bertujuan memprediksi besarnya perubahan nilai variabel dependen, jika nilai variabel independen diubah. Analisis ini dilakukan bila peneliti menginginkan untuk meramal bagaimana keadaan variabel terikat (kriterium), jika 2/lebih variabel bebas sebagai faktor prediktor di manipulasi. Jadi analisis regresi berganda digunakan apabila variabel independen berjumlah lebih dari 1.²²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (kredibilitas dan daya tarik) terhadap variabel dependen (*purchase intention*).

Bentuk persamaan analisis regresi berganda yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y	: <i>Purchase Intention</i>
a	: Konstanta
X ₁	: Kredibilitas
X ₂	: Daya Tarik
e	: Standart Error

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 160.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 210.

β_1 : Koefisien regresi variabel Kredibilitas
 β_2 : Koefisien regresi variabel Daya Tarik

b. Uji t (Signifikansi Parameter Parsial)

Uji parsial bertujuan mengetahui besarnya pengaruh kredibilitas (X1) dan daya tarik (X2) secara parsial terhadap *purchase intention* (Y). Rumus t hitung pada analisis regresi adalah sebagai berikut:²³

$$t_{\text{hitung}} = \frac{bi}{Sbi}$$

Keterangan:

bi : koefisien regresi variabel

Sbi : standart error variabel

Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka pengambilan keputusan pada hasil uji t adalah:

- Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau nilai t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak terdapat pengaruh).
- Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh).

c. Uji F (Signifikansi Parameter Simultan)

Uji simultan digunakan untuk menguji apakah variabel bebas dalam model regresi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. F hitung dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:²⁴

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

Keterangan:

K : jumlah variabel independen

n : banyaknya sampel

R : koefisien deteminasi

²³ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: Buku Seru, 2010), 69.

²⁴ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 67.

Pengambilan keputusan diperoleh dengan melihat nilai F_{hitung} dan F_{tabel} dengan ketentuan:

- a) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak terdapat pengaruh).
 - b) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh).
- d. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur ketepatan model regresi yang telah dibuat. Nilainya digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel independen yang diteliti terhadap variasi variabel satu, maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar, artinya model yang digunakan semakin kuat untuk menerapkan variasi variabel dependen.²⁵

Rumus yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah:²⁶

$$R^2 = \frac{\sum(\hat{Y} - Y)^2}{\sum(Y - \bar{Y})^2}$$

Besarnya R^2 dihitung dengan membagi jumlah Yestimasi dikurangi rata-rata kwadrat (sum square) dengan jumlah Y terobsesi dikurangi Y rata-rata kwadarat. Nilai R^2 adalah antara 0 sampai dengan 1, bila R^2 mendekati 1 maka model yang dipilih mendekati kebenaran.

²⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 19, 97*.

²⁶ Bambang Setiaji, *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*, (Surakarta: Program Pascasarjana UMS, 2004), 20.