

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang mengutamakan pengujian teori menggunakan pengukuran variabel penelitian berupa angka yang diolah melalui metode statistika. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif digunakan untuk pengujian hipotesis yang akan diperoleh hubungan antar variabel yang akan diteliti.¹

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah jenis penelitian yang mempelajari secara detail tentang peristiwa yang terjadi pada saat ini.² Penelitian ini akan mempelajari tentang pengaruh *celebrity endorser*, *product quality*, dan *price discount* terhadap keputusan pembelian *skincare* Ms Glow di Desa Temulus Kabupaten Kudus.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini akan berlangsung di Desa Temulus Kabupaten Kudus yang akan dilaksanakan pada tanggal 01 April 2022 hingga selesai.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan area generalisasi yang berupa objek atau subjek yang menunjukkan & menarik kesimpulan dari karakteristik yang ditentukan oleh peneliti.³ Populasi pada penelitian ini adalah wanita di Desa Temulus yang berusia 17-30 tahun dengan jumlah populasi 672 orang.

¹ Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial: Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, ed. Dedy A. Halim, 2nd ed. (Jakarta: salemba empat, 2018). 31.

² Muhyiddin, Tarmizi, dan Yulianita. 13.

³ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 28th ed. (bandung: Alfabeta, 2017). 61.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah & karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁴ Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu.⁵ Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Wanita di Desa Temulus yang berusia 17-30 tahun.
- b. Pernah melakukan pembelian *skincare* Ms Glow.

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 672 orang. Sehingga peneliti mempersempit sampel menggunakan Rumus Slovin. Rumus Slovin merupakan rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah minimal sampel yang dibutuhkan jika populasi dalam penelitian diketahui. Dengan perhitungan sebagai berikut⁶:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah Populasi

n = Sampel

e^2 = Persen kesalahan pengambilan sampel (10%)

Sehingga perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{672}{1 + 672(10\%)^2}$$

$$n = \frac{672}{1 + 672 \times 0.01}$$

$$n = 87.04 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi } 87 \text{ orang}$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan sebanyak 87 orang.

⁴ Sugiyono. 62.

⁵ Sugiyono. 67.

⁶ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis: Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*, 2nd ed. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), <https://books.google.co.id/books?id=i hn8T5S8HaQC&pg=PA141&dq=rumus+slovin&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwikucbc1sD4AhXm3jgGHS2dAUoQ6AF6BAGDEAI#v=onepage&q=rumus%20slovin&f=false>.

D. Sumber Data

1. Sumber data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui metode survei melalui kuesioner.⁷ Dalam penelitian ini yang menjawab kuesioner adalah wanita di Desa Temulus yang pernah membeli *skincare* Ms dengan usia 17-30 tahun.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui perantara atau secara tidak langsung, misalnya data perusahaan, lembaga, dan dokumen.⁸ Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa dokumen Pemerintah Desa Temulus.

E. Identifikasi Variabel Penelitian

Sugiyono menjelaskan bahwa variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, diinformasikan, dan ditarik kesimpulan. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel independen (X)

Variabel independen adalah variabel bebas yang biasanya disebut dengan X. Variabel X adalah variabel yang dapat mempengaruhi. Variabel X dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu *celebrity endorser*, *product quality*, dan *price discount*.

2. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel terikat yang biasanya disebut dengan Y. Variabel Y adalah variabel yang dipengaruhi. Variabel Y dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.⁹

⁷ Sangadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. 301-302.

⁸ Sangadji. 304-305.

⁹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*. 2-4.

F. Definisi Operasional

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Celebrity Endorser</i> (X1)	<i>Celebrity endorser</i> adalah peranan penting dalam proses pemasaran. Dengan adanya peran <i>celebrity endorser</i> akan mempermudah mendapatkan perhatian dari pembeli. Sehingga pembeli akan melakukan keputusan pembelian. ¹⁰	a. Kepercayaan b. Keahlian c. Daya tarik d. Menghargai e. Kesamaan	<i>Likert</i>
<i>Product Quality</i> (X3)	Pengetahuan bahwa produk yang ditawarkan oleh pemasar memiliki harga jual lebih dibandingkan dengan produk pesaing lainnya. ¹¹	a. Kinerja b. Keandalan c. Kesesuaian	<i>Likert</i>
<i>Price Discount</i> (X3)	<i>Price discount</i> adalah diskon yang diberikan penjual kepada pembeli. Diskon diadakan untuk menarik perhatian	a. Memicu konsumen untuk melakukan pembelian dalam jumlah	<i>Likert</i>

¹⁰ Afriliantini, Salam, dan Abdurrahman, "Pengaruh Label Halal dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Kosmetik Wardah di Kota Sumbawa)."

¹¹ Supriyadi, Wiyani, dan Nugraha, "Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian."

	pembeli agar membeli dalam jumlah banyak karena harga yang ditawarkan berbeda dari harga normal. ¹²	<ul style="list-style-type: none"> b. Banyak Mengantisipasi promosi pesaing c. Hemat 	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan tahap pembeli ketika benar-benar ingin melakukan pembelian pada produk yang diinginkan atau dibutuhkan. Hal tersebut terjadi setelah konsumen melewati beberapa alternatif pemilihan produk. ¹³	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku pasca pembelian 	<i>Likert</i>

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik kuesioner (angket)

Teknik pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden.¹⁴ Kuesioner pada penelitian ini berisi pertanyaan yang mencakup variabel *celebrity*

¹² Afrida, “Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Mobil Suzuki (Studi Kasus: Masyarakat Kota Padang).”

¹³ Sangadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian.*

¹⁴ Sangadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian.* 302-303.

endorser, product quality, price discount, keputusan pembelian, dan identitas responden.

Skala pengukuran penelitian ini menggunakan *likert*. Skala *likert* yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban.¹⁵

Tabel 3.2
Skor Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Setuju Setuju	5

2. Dokumentasi

Penelitian ini juga menggunakan dokumentasi dalam pengumpulan data. Dokumentasi merupakan pengumpulan data berupa informasi meliputi jurnal, buku, surat, memo, notulen hasil rapat, dan foto yang dapat memberikan gambaran peristiwa yang terjadi.¹⁶ Dokumentasi dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi dan data tentang penelitian yang akan dilakukan di Desa Temulus Kabupaten Kudus.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa akurat suatu uji melakukan fungsinya. Pada dasarnya uji validitas berfungsi sebagai alat ukur sah atau tidaknya suatu pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner. Dalam penelitian ini, uji validitas yang dipakai adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor kontruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan uji signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 9th ed. (Semarang: Badan Penerbit - Undip, 2018). 45.

¹⁶ Sangadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. 308.

degree or freedom (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel (responden). Jika r hitung > r tabel maka instrumen dikatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung < r tabel maka instrumen dikatakan tidak valid.¹⁷

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, maka selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap kuesioner konsisten dari waktu ke waktu.¹⁸ Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik perhitungan *cronbach alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel bila memiliki *cronbach alpha* 0.50, 0.60 hingga 0.70 tergantung kebutuhan dalam penelitian.¹⁹ Jadi semakin besar *alpha* maka menunjukkan bahwa alat ukur yang dipakai semakin handal.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual memiliki distribusi normal. Pada penelitian ini Untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data searah maupun mendekati distribusi normal menggunakan grafik probability plot dan grafik histogram, dimana pada grafik probability garis yang menggambarkan data akan mengikuti garis diagonal dan grafik histogram akan membentuk lonceng.²⁰ Selain itu dapat diuji juga menggunakan *One Sample Kolmogrov-Smirnov* yang mempunyai ketentuan nilai signifikan 0,05. Jika nilai probabilitas (p) lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal.²¹

¹⁷ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25. 51-52.

¹⁸ Ghazali. 45.

¹⁹ Darma, "Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2)."

²⁰ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. 161-163.

²¹ Afrida, "Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Mobil Suzuki (Studi Kasus: Masyarakat Kota Padang)."

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah ditemukannya hubungan antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi hubungan diantara variabel bebas. Untuk menguji ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 dan VIF lebih dari 10. Maka model regresi bebas dari multikolinearitas.²²

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan *variance* dari residual dari pengamatan kepengamatan yang lain. Jika dalam penelitian terjadi *variance* residual dari pengamatan ke pengamatan lain sama maka berarti terjadi homoskedastisitas, tetapi apabila tidak terjadi kesamaan maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas bisa diketahui dari grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah terprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distudentized. Jika dalam grafik titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.²³

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti apabila dalam penelitian memiliki variabel independen minimal dua.²⁴ Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mendeteksi besarnya pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat yaitu *celebrity endorser* (X_1), *product quality* (X_2), *price*

²² Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*
25. 107-109.

²³ Ghazali. 134-135.

²⁴ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*.

discount (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (keputusan pembelian)

a = Konstanta

X_1 = *Celebrity endorser*

X_2 = *Product quality*

X_3 = *Price discount*

β_1 = Koefisien regresi variabel *celebrity endorser*

β_2 = Koefisien regresi variabel *product quality*

β_3 = Koefisien regresi variabel *price discount*

e = Kesalahan pengganggu

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dari koefisien korelasi memiliki nilai antara 0 sampai dengan 1. Jika koefisien determinasi mendekati 1 berarti variabel independen berpengaruh secara sempurna terhadap variabel dependen dan jika koefisien determinasi kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas.²⁵

b. Uji F (Signifikansi Parameter Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat mempengaruhi variabel dependen. Uji F pada penelitian ini digunakan untuk melihat apakah variabel *celebrity endorser*, *product quality*, dan *price discount* dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian secara bersama-sama. Menurut Ghazali toleransi kesalahan

²⁵ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*
25. 87.

yang dapat digunakan adalah 5% ($\alpha = 0,05$) dengan beberapa ketentuan, diantaranya:²⁶

- 1) Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau

- 3) Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 4) Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

c. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Uji ini dilakukan untuk membuktikan seberapa jauh pengaruh antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali toleransi yang digunakan dalam penelitian adalah 5% ($\alpha = 0,05$), dengan ketentuan:

- 1) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau nilai $t \text{ hitung} <$ dari $t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai $t \text{ hitung} >$ dari $t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.²⁷

²⁶ Ghazali. 98.

²⁷ Ghazali. 99.