

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metodologi penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, Sugiyono (2013:01). Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian yang menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Sugiyono (2012:11) menyatakan, pengertian kedua penelitian tersebut adalah sebagai berikut : penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain. Sedangkan penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan akan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesa yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesa diterima atau ditolak. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik.

Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana tanggapan konsumen mengenai *celebrity endorser*, harga, dan keputusan pembelian produk kosmetik Mustika Ratu dan metode verifikatif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh *celebrity endorser* dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Mustika Ratu.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Pada sub definisi variabel akan menjelaskan tentang pengertian masing-masing variabel, sedangkan operasional variabel menjelaskan tentang variabel penelitian, konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala pengukuran yang digunakan peneliti.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 59). Variabel penelitian dibagi menjadi 2, yaitu:

3.2.1.1 Variabel Bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2012: 59). Penelitian ini menggunakan adalah:

1. *Celebrity Endorser* (X1)

Celebrity endorser adalah individu dari kalangan artis, atlet, tokoh

masyarakat, bintang televisi bahkan sosok yang sudah meninggal untuk mendukung atau mengiklankan sebuah produk (barang dan jasa), sintesa dari Terrence A Shimp terjemahan Haris Munandar dan Dudi Priatna (2012: 212), Erik Hunter (2012: 23), dan McCracken dalam Erik Hunter (2012: 23).

2. Harga (X2)

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan oleh calon pembeli untuk mendapatkan sebuah produk atas manfaat karena memiliki dan menggunakan produk tersebut, sintesa dari Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2013: 151), Kotler dan Keller (2012: 410), dan Nirwana (2012: 116).

3.2.1.2 Variabel Terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012: 59). Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel terikat adalah keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah keadaan dimana seorang konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk yang dikehendaki dari beberapa pilihan produk alternatif yang akhirnya konsumen menjatuhkan pada produk pilihannya. sintesa dari Kotler dan Keller terjemahan Bob Sabran (2016: 184), Fandy Tjiptono (2012: 19), dan Peter dan Olson dalam Sangadji dan Sopiah (2013: 332).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan pengertian ketiga variabel yang akan diteliti di atas. Peneliti menetapkan dimensi-dimensi, kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator. Indikator-indikator tersebut dikembangkan lagi menjadi item-item

pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kusioner.

Untuk lebih jelas tentang operasionalisasi variabel, dapat dilihat pada Tabel 3.1

berikut ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Nk
<p>Celebrity Endorser (X1)</p> <p>Individu dari kalangan artis, atlet, tokoh masyarakat, bintang televisi bahkan sosok yang sudah meninggal untuk mendukung atau mengiklankan sebuah produk (barang dan jasa)</p> <p>Sintesa dari Terrence A Shimp terjemahan Haris Munandar dan Dudi Priatna (2012: 212), Erik Hunter (2012: 23), dan McCracken dalam Erik Hunter (2012: 23)</p>	Dapat dipercaya	Selebriti dapat diandalkan dalam menyampaikan pesan iklan.	Tingkat keandalan selebriti dalam menyampaikan pesan iklan.	Ordinal	1
		Selebriti menyampaikan pesan iklan dengan jujur sesuai keadaan sebenarnya.	Tingkat kejujuran selebriti menyampaikan pesan iklan.	Ordinal	2
	Keahlian	Selebriti mempunyai pengetahuan tentang produk.	Tingkat pengetahuan selebriti tentang produk.	Ordinal	3
		Selebriti terampil dalam memperagakan iklan.	Tingkat keterampilan selebriti dalam memperagakan iklan.	Ordinal	4
		Selebriti memiliki keahlian terkait dengan produk yang diiklankan.	Tingkat keahlian selebriti terkait dengan produk yang diiklankan.	Ordinal	5
	Daya Tarik	Selebriti memiliki penampilan yang menarik.	Tingkat kemenarikan selebriti dalam berpenampilan.	Ordinal	6
		Selebriti terlihat sehat berdasarkan tampilan fisiknya.	Tingkat kesehatan selebriti berdasarkan tampilan fisiknya.	Ordinal	7
	Kualitas dihargai	Selebriti disukai oleh konsumen.	Tingkat kesukaan konsumen kepada selebriti sebagai <i>endorser</i> produk.	Ordinal	8
		Selebriti	Tingkat <i>image</i>	Ordinal	9

Lanjutan Tabel 3.1

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Nk	
		memiliki <i>image</i> yang baik.	baik yang dimiliki selebriti.			
	Kemiripan	Kesamaan persepsi antara kepribadian Puteri Indonesia dengan produk kosmetik Mustika Ratu	Tingkat kesamaan persepsi yang dimiliki oleh selebriti dengan produk yang diiklankan	Ordinal	10	
<p>Harga (X2)</p> <p>Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan oleh calon pembeli untuk mendapatkan sebuah produk atas manfaat karena memiliki dan menggunakan produk tersebut.</p> <p>Sintesa dari Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2013: 151), Kotler dan Keller (2012: 410), dan Nirwana (2012: 116)</p>	Keterjangkauan Harga	Harga produk yang ditawarkan terjangkau.	Tingkat keterjangkauan harga produk yang ditawarkan.	Ordinal	11	
		Harga bervariasi sesuai dengan jenis produk.	Tingkat variasi harga sesuai dengan jenis produk.	Ordinal	12	
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga sesuai dengan kualitas produk.	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk.	Ordinal	13	
		Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan.	Tingkat kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan.	Ordinal	14	
	Daya saing harga	Harga dapat bersaing dengan produk lain.	Tingkat persaingan harga dengan produk lain.	Ordinal	15	
		Harga lebih murah dibandingkan produk lain.	Tingkat kemurahan harga produk Mustika Ratu dibandingkan produk lain.	Ordinal	16	
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan manfaat yang konsumen rasakan.	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan konsumen.	Ordinal	17	
		Harga memiliki manfaat yang bagus dibandingkan produk lain.	Tingkat harga dengan manfaat yang bagus dibandingkan produk lain.	Ordinal	18	
	Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan merek	Pilihan merek	Tingkat kepercayaan	Ordinal	19
				Tingkat	Ordinal	20

Lanjutan Tabel 3.1

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Nk
Keadaan dimana seorang konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk yang dikehendaki dari beberapa pilihan produk alternatif yang akhirnya konsumen menjatuhkan pada produk pilihannya. Sintesa dari Kotler dan Keller terjemahan Bob Sabran (2016: 184), Fandy Tjiptono (2012: 19), dan Peter dan Olson dalam Sangadji dan Sopiah (2013: 332)			popularitas		
	Pemilihan penyalur	Pemilihan penyalur	Tingkat kemudahan mendapatkan produk	Ordinal	21
			Tingkat ketersediaan	Ordinal	22
	Jumlah pembelian	Jumlah pembelian	Tingkat kuantitas produk yang dibeli	Ordinal	23
	Waktu pembelian	Waktu pembelian	Tingkat keputusan membeli dalam sebulan.	Ordinal	24
			Tingkat keputusan membeli ketika ada produk promo.	Ordinal	25
	Metode pembayaran	Metode pembayaran	Tingkat memutuskan membeli berdasarkan metode pembayaran yang mudah.	Ordinal	26
			Tingkat tersedianya alternatif metode pembayaran	Ordinal	27

sumber: Hasil diolah oleh peneliti, 2018

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi peneliti dapat melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah penelitian pun ada yang disebut sampel yaitu bagian dari populasi. Sampel sangat membantu untuk mempermudah penelitian maka bagian populasi saja digunakan dalam penelitian dan proses tersebut dinamakan sampel.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:115). Populasi dalam penelitian ini diambil berdasarkan jumlah mahasiswa FEB UNPAS, khususnya berjenis kelamin perempuan yang masih dalam status aktif dari tahun 2014 - 2017. Adapun data mahasiswa aktif FEB UNPAS yang dimaksud adalah tersebut sebagai berikut.

Tabel 3.2
Jumlah Mahasiswa Perempuan FEB UNPAS Yang Aktif

No	Tahun Aktif Mahasiswa	Jumlah Mahasiswa
1.	2014	499
2.	2015	397
3.	2016	318
4.	2017	374
Jumlah mahasiswa aktif FEB UNPAS		1588

sumber: SBAP FEB UNPAS Bandung, 2018

3.3.2 Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel yang dimaksud adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:116).

Anggota sampel yang tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya

semakin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka semakin besar kesalahan generalisasi (Sugiyono, 2012:124).

Mengingat jumlah populasi sudah didapatkan, untuk menentukan ukuran sampel peneliti menggunakan rumus Slovin (V. Wiratna Sujarweni, 2015: 82), dengan tingkat kesalahan 10%.

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana:

- n : Ukuran sampel
- N : Populasi
- e : Presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 1588 orang, maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{1588}{1 + (1588)(0,1)^2} = \frac{1588}{16,88} = 94,07$$

Berdasarkan perhitungan diatas, peneliti membulatkan perolehan ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 102 orang.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, dengan *cluster sampling*. *Cluster sampling* (teknik sampling daerah) digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas. Untuk menentukan mahasiswa mana yang akan dijadikan sumber data maka pengambilan sampelnya berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan dengan menggunakan *stratified random sampling*. Berdasarkan

perhitungan yang peneliti lakukan maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Perhitungan Sampel

No	Tahun Aktif Mahasiswa	Jumlah Sampel
1.	2014	31,42 ~ 32
2.	2015	25
3.	2016	20,02 ~ 21
4.	2017	23,55 ~ 24
Total Sampel		102

sumber: Hasil diolah oleh peneliti, 2018

3.3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis-jenis dan sumber data menurut cara memperolehnya (V. Wiratna Sujarweni, 2015: 89), antara lain:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berisi tentang *celebrity endorser*, harga, dan keputusan pembelian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Data sekunder digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran tambahan, gambaran pelengkap ataupun untuk diproses lebih lanjut.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian, (V. Wiratna Sujarweni, 2015: 94). Berikut beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti sebagai berikut :

1. Survei

Survei dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan atau pernyataan yang diajukan pada responden. Survei juga digunakan untuk pemecahan masalah-masalah yang berkaitan dengan perumusan kebijakan dan bukan untuk pengembangan. Peneliti melakukan survei ke Cabang Mustika Ratu di Jalan Geger Kalong Girang No. 25, Bandung.

2. Kuesioner atau Angket

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Peneliti membagikan secara langsung kuesioner kepada responden di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang beralamat di Jalan Tamansar No. 6-8, Bandung. Kuesioner ini menggunakan sistem tertutup, yaitu berbentuk beberapa pernyataan dan responden tinggal memilih salah satu pilihan yang sesuai dengan jawabannya. Data yang dikumpulkan meliputi:

- a. Karakteristik responden
- b. Data mengenai tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti.

3. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data

secara lisan, agar data yang didapatkan valid dan detail. Ada beberapa wawancara yang peneliti lakukan dalam penelitian ini diantaranya melakukan wawancara kepada responden saat penelitian pendahuluan, kemudian peneliti melakukan wawancara kepada bagian keuangan Mustika Ratu sekaligus kepala cabang Mustika Ratu Bandung dan wawancara singkat kepada responden yang mengisi kuesioner penelitian, guna mendapatkan data yang diperlukan

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara membaca dan mengamati, mengolah laporan keuangan perusahaan serta catatan yang menunjang penelitian.

5. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan adalah pengumpulan data pendukung yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti jurnal penelitian relevan, buku bacaan dan sumber lainnya yang ada kaitannya dengan objek yang akan dibahas untuk memperoleh data sekunder. Peneliti mengambil referensi tulisan dari beberapa jurnal penelitian yang relevan, buku bacaan yang berkaitan dengan penelitian.

3.5 Uji Instrumen

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan

pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.5.1 Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh item. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Apabila nilai koefisien korelasi butir item pernyataan yang sedang diuji lebih besar dari R kritis sebesar 0,300 maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut merupakan konstruksi yang valid. Sebaliknya, jika nilai koefisien korelasi butir item pernyataan yang sedang diuji lebih kecil dari R kritis sebesar 0,300 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut merupakan konstruksi yang tidak valid ataupun bisa dikatakan pernyataan tersebut tidak sesuai.

Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam menguji validitas instrumen:

1. Mengidentifikasi secara operasional konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba skala pengukuran pada sejumlah responden. Disarankan jumlah responden untuk uji coba, minimal 30 orang.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung korelasi masing-masing pernyataan dengan skor total dengan

menggunakan rumus teknik korelasi *pearson product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

sumber : Sugiyono (2012:248)

Dimana :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- n = Jumlah responden dalam uji instrumen
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y
- $\sum X^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Berikut hasil uji validitas variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas *Celebrity Endorser* (X1)

Uji Validitas			
No Item	Nilai R hitung	Nilai R kritis	Validitas
1	0,834	0,300	Valid
2	0,723	0,300	Valid
3	0,680	0,300	Valid
4	0,413	0,300	Valid
5	0,656	0,300	Valid
6	0,840	0,300	Valid
7	0,834	0,300	Valid
8	0,318	0,300	Valid
9	0,852	0,300	Valid
10	0,876	0,300	Valid

sumber: Hasil diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas yang merupakan tabel hasil uji validitas variabel *celebrity endorser* (X1), dari sepuluh item pernyataan dinyatakan valid

seluruhnya. Hal ini karena hasil dari R hitung setiap item pernyataan hasilnya lebih besar dari 0,300 dengan nilai korelasi tertinggi adalah 0,876 dan nilai korelasi terendahnya adalah 0,413 sehingga semua item pernyataan layak untuk digunakan.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Harga (X2)

Uji Validitas			
No Item	Nilai R hitung	Nilai R kritis	Validitas
11	0,517	0,300	Valid
12	0,600	0,300	Valid
13	0,479	0,300	Valid
14	0,619	0,300	Valid
15	0,705	0,300	Valid
16	0,648	0,300	Valid
17	0,689	0,300	Valid
18	0,417	0,300	Valid

sumber: Hasil diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan Tabel 3.5 di atas merupakan tabel hasil uji validitas variabel harga (X2) menunjukkan dari delapan item pernyataan semuanya dinyatakan valid dan layak digunakan, karena hasil R hitung setiap item pernyataan hasilnya lebih besar dari 0,300 dengan nilai korelasi tertinggi adalah 0,705 dan nilai korelasi terendah adalah 0,417.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Uji Validitas			
No Item	Nilai R hitung	Nilai R kritis	Validitas
19	0,660	0,300	Valid
20	0,628	0,300	Valid
21	0,473	0,300	Valid
22	0,850	0,300	Valid
23	0,422	0,300	Valid
24	0,587	0,300	Valid
25	0,511	0,300	Valid
26	0,822	0,300	Valid
27	0,756	0,300	Valid

sumber: Hasil diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan Tabel 3.6 di atas yang merupakan tabel hasil uji validitas variabel keputusan pembelian (Y) menunjukkan dari sembilan item pernyataan semuanya dinyatakan valid dan layak digunakan, karena hasil R hitung setiap item pernyataan hasilnya lebih besar dari 0,300 dengan nilai korelasi tertinggi adalah 0,850 dan nilai korelasi terendah adalah 0,473.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkenaan dengan konsistensi data dalam kurun waktu tertentu. Instrumen yang memiliki reliabilitas dapat digunakan untuk mengukur secara berkali-kali dengan menghasilkan data yang sama (konsisten). Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai kritis lebih dari 0,7. Menurut Sugiyono (2012: 173) bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *cronbach's alpha*, yaitu rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran. Berikut reliabilitas *cronbach's alpha*:

$$r_{ii} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(\frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Dimana:

- r_{ii} : Reliabilitas yang dicari
- n : Jumlah item pertanyaan yang diuji
- $\sum \sigma_i^2$: jumlah varian skor setiap item
- σ^2 : Varian total

Menentukan reliabilitas dari alat ukur dapat dilihat dari nilai alpha, jika nilai alpha lebih besar dari nilai R tabel maka dapat dikatakan reliabel. Jika nilai

alpha lebih kecil dari nilai R tabel maka dapat dikatakan tidak reliabel dan alat ukur tersebut tidak dapat digunakan atau alat ukur tersebut dapat dibuang. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas *cronbach's alpha* variabel penelitian:

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas *Celebrity Endorser* (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y)

Variabel Penelitian	R hitung	R kritis	Keterangan
<i>Celebrity Endorser</i>	0,892	0,7	Reliabel
Harga	0,724	0,7	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,801	0,7	Reliabel

sumber: Hasil olah data peneliti, 2018

Berdasarkan Tabel 3.7 di atas menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser*, harga dan keputusan pembelian seluruhnya memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari R kritis. Maka berdasarkan hasil pengujian ini, dapat dikatakan semua alat ukur variabel tersebut reliabel atau dapat diandalkan dalam penelitian.

3.5.3 MSI (*Method of Successive Interval*)

MSI (*Method of Successive Interval*) adalah merubah data ordinal menjadi skala interval berurutan. Menurut Sambas Ali Muhidin (2012:28) langkah kerja yang dapat dilakukan untuk merubah jenis data ordinal ke data interval melalui *Method of Successive Interval* (MSI) adalah:

1. Perhatikan banyaknya (frekuensi) responden yang menjawab (memberikan) respon terhadap alternatif (kategori) jawaban yang tersedia.
2. Bagi setiap bilangan pada frekuensi oleh banyaknya responden (n), kemudian tentukan proporsi untuk setiap alternatif jawaban responden tersebut.

3. Jumlahkan proporsi secara berurutan sehingga keluar proporsi kumulatif untuk setiap alternatif jawaban responden.
4. Dengan menggunakan tabel distribusi normal baku, hitung nilai z untuk 60 setiap kategori berdasarkan proporsi kumulatif pada setiap alternatif jawaban responden.
5. Menghitung nilai skala untuk setiap nilai z dengan menggunakan rumus:

$$SV = \frac{(\text{densitas pada batas bawah} - \text{densitas pada batas atas})}{(\text{area dibawah atas} - \text{area dibawah batas bawah})}$$

6. Melakukan transformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai skala interval, dengan rumus:

$$Y = S_{vi} + [SV \text{ min}]$$

Catatan, SV yang nilainya kecil atau harga negatif terbesar diubah menjadi sama dengan satu.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Setelah semua data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul maka didalam suatu penelitian kuantitatif langkah yang harus dilakukan selanjutnya adalah menganalisis data. Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Setelah peneliti mengumpulkan data, langkah selanjutnya adalah menentukan alat yang akan digunakan untuk memperoleh data dari elemen-

elemen yang akan diteliti. Alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Peneliti menggunakan skala ordinal, sebagai acuan dalam penyusunan kuesioner yang disebarakan kepada responden. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi titik indikator variabel, kemudian indikator variabel tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusunkriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori : sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas, berikut rumusnya :

$$\sum p \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

sumber : Husein Umar (2002:98)

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecerendungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan diaktegorikan pada rentang skor sebagai berikut ini :

Nilai tertinggi = 1

Nilai terendah = 5

$$\text{Rentang Skor (r)} = \frac{\text{ST}-\text{SR}}{\text{K}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

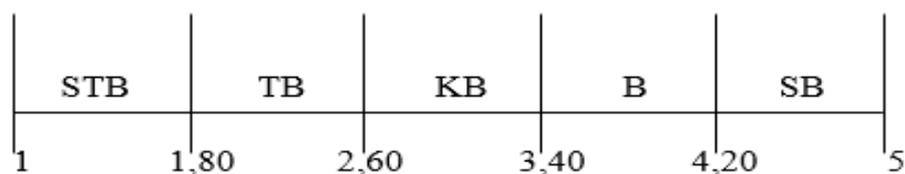
Dimana :

r = Rentang/skala

ST = Skor jawaban tertinggi

SR = Skor jawaban terendah

K = Kategori



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Sumber : Sugiyono (2012 : 350)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis statistik verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak, Sugiyono (2013:54). Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi menerangkan pola hubungan satu/lebih variabel independen dengan sebuah variabel dependen. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen atau Y, yaitu keputusan pembelian dapat dipredisikan melalui variabel independen atau X, yaitu *celebrity endorser* (X1) dan harga (2). Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti karena dalam penelitian ini variabel bebas terdiri dari dua atau lebih sebagai faktor *predictor*. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

- Y : Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)
 X₁ : Variabel Bebas (*Celebrity Endorser*)
 X₂ : Variabel Bebas (Harga)
 b₁ : Pengaruh X₁ terhadap Y jika X₂ Konstan
 b₂ : Pengaruh X₂ terhadap Y jika X₁ konstan

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur derajat keeratan hubungan anatar variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK (regresi)}{\Sigma y^2}$$

Dimana:

- R² : Koefisien korelasi berganda

$JK_{(reg)}$: jumlah kuadrat regresi
 Σy^2 : jumlah kuadrat total korelasi

Tabel 3.8
Tingkat Keeratan Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

sumber : (sugiyono 2012: 184)

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ yaitu:

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2 dan Y, semua positif
2. Apabila $R = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2 dan Y, semua negatif sempurna.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

3.6.2.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel *celebrity endorser* (X1), harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \cdot 100\%$$

Dimana:

Kd : Nilai koefisien determinasi

R^2 : Koefisien kolerasi produk

100% : Pengali yang menyatakan dalam presentase

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel *Celebrity endorser* (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), secara parsial:

$$KD = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Dimana:

β : Beta (nilai standarized coefficients)

Zero Order : Matriks Kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana, apabila:

$Kd = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, Lemah

$Kd = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, Kuat

3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga kerana masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah disimpulkan. Seluruh uji hipotesis di bawah ini menggunakan sumber dari Sugiyono: 2012. Uji hipotesis antar variabel *celebrity endorser* (X1), harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan menggunakan uji hipotesis sebagai berikut:

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, oleh karena itu dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terkait, mencari F hitung dengan cara :

$$F = \frac{R^2K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Dimana :

R^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi Berganda

n = Jumlah Anggota Sampel

k = banyaknya variabel bebas

Setelah mendapatkan nilai F hitung ini, kemudian dibandingkan dengan nilai F tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 yang mana akan diperoleh suatu hipotesis dengan syarat :

1. Jika angka sig $\geq 0,05$ maka H_0 diterima
2. Jika angka sig $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau tidak, adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah :

1. $H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$: *celebrity endorser* dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. $H_i : \beta_1 \beta_2 \neq 0$: *celebrity endorser* dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha=0,05$ artinya kemungkinan dari hasil penarikan kesimpulan adalah benar mempunyai probabilitas sebesar 95% atau korelasi kesalahannya (*Margin of error*) sebesar 5% dan derajat bebasnya $df= n-k-1$. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. H_0 ditolak, dan H_a diterima, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$
2. H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

Bila H_0 diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan. Sedangkan penolakan H_0 menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara simultan terhadap suatu variabel dependen.

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Pengujian secara individual untuk melihat pengaruh masing-masing variabel sebab terhadap variabel akibat. Untuk pengujian pengaruh parsial digunakan rumus hipotesis sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian.
2. $H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian.
3. $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
4. $H_a : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

Uji signifikansi terhadap hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan uji T dengan rumus sebagai berikut :

$$t = R_p \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Keterangan :

R_p = Koefisien korelasi Pearson

n : Jumlah sample

Kriteria pengujian apakah hipotesis itu ditolak atau tidak ditolak adalah :

1. Tolak H_0 jika t hitung $>$ nilai t tabel
2. Terima H_0 jika t hitung $<$ nilai t tabel

Bila H_0 diterima maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan. Sedangkan penolakan H_0 menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara parsial terhadap suatu variabel dependen

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel *celebrity endorser*, harga dan keputusan Pembelian sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Semua pernyataan kuesioner ini berjumlah 27 item yang terdiri dari 10 item pernyataan mengenai *celebrity endorser*, 8 item pernyataan mengenai harga, dan 9 pernyataan mengenai keputusan pembelian. Kuesioner ini akan disebar ke 102 orang yang dijadikan sebagai responden.

Responden penelitian diminta untuk berpartisipasi dalam mengisi kuisioner yang berisi pernyataan mengenai variabel-variabel yang akan diteliti.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Jalan Tamansari No 6-8, Bandung. Peneliti melakukan penelitian pada tanggal 8 Maret 2018 sampai tanggal 30 Agustus 2018.