

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Pengertian Survei yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:48) adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari hipotesis tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Secara umum metode penelitian pada dasarnya diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Darmadi (2014:153) mengemukakan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menggambarkan, memecahkan suatu permasalahan dengan cara tertentu yang sesuai dengan prosedur penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen Bandung Kunafe adalah dengan metode survei, di mana penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data dari suatu

tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti juga melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misalnya dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara.

Dalam menjelaskan kedudukan setiap variabel-variabel dan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikasi.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:61) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode penelitian deskriptif yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yaitu: 1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Harga yang digunakan oleh Bandung Kunafe *cake*. 2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *Celebrity Endorser* di Bandung Kunafe *cake*. 3. Bagaimana keputusan pembelian konsumen pada produk Bandung Kunafe.

Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:63) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang ke-4 yakni, seberapa besar pengaruh Harga dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian produk Bandung Kunafe secara simultan dan parsial.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel dan operasionalisasi variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus didefinisikan dengan jelas dan tepat agar tidak terjadi pengartian ganda. Definisi variabel juga yang menentukan sejauh mana peneliti

dapat memahami variabel penelitiannya itu sendiri. Variabel merupakan unsur penting dalam penelitian karena dengan variabel ini penelitian bisa dikembangkan dan bisa diolah sehingga dapat diketahui pemecahan masalahnya. Untuk melakukan pengolahan data diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, indikator, ukuran dan skala, untuk lebih jelas berikut pengertian variabel dan operasionalisasi variabel penelitian. Operasionalisasi variabel penelitian merupakan suatu unsur terkait dengan variabel yang terdapat pada judul yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil rumusan masalah.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:66) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian terdiri variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Menurut Sugiyono (2017:68) yang mengatakan bahwa variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Sedangkan variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Berdasarkan penjelasan dari variabel dependen dan independen, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua bentuk variabel tersebut memiliki hubungan dipengaruhi dan mempengaruhi. Apabila pada variabel independen berubah, maka variabel dependen juga turut akan berubah. Keduanya menjadi komponen penting

dalam sebuah penelitian.

Penelitian ini memiliki tiga variabel yang akan diuji keterkaitannya, sesuai dengan judul penelitian di mana terdapat dua variabel bebas (*independen*) yaitu harga (X_1) dan *celebrity endorser* (X_2) dan variabel terikat (*dependen*) yaitu keputusan pembelian (Y). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Harga (X_1)

Harga adalah Sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau sebuah layanan (Kotler dan Armstrong : 2016)

2. *Celebrity Endorser* (X_2)

Celebrity Endorser merupakan penggunaan narasumber (*source*) sebagai figur yang menarik serta banyak pengikut nya atau populer dalam iklan, sehingga dapat memperkuat citra merek dalam benak konsumen. (Handayani & Kosasih, 2020)

3. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah tahap keputusan konsumen yang secara aktual melakukan pembelian produk. (Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, 2018:188).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui klasifikasi ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel,

dimensi, indikator, ukuran, dan skala. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang akan diteliti, yaitu Harga (X_1) dan *Celebrity Endorser* (X_2) sebagai variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*) yaitu Keputusan Pembelian (Y). Setelah mengembangkan indikator tersebut lalu dikembangkan lagi menjadi item-item pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan untuk membuat kuesioner. Berikut adalah tabel mengenai penjelasan operasionalisasi variabel penelitian tersebut :

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Harga (X_1) Sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau sebuah layanan (Kotler dan Armstrong : 2016 : 71)	Harga yang terjangkau	Harga produk yang ditawarkan terjangkau.	Tingkat keterjangkauan harga produk yang ditawarkan.	Ordinal	1
		Harga bervariasi sesuai dengan jenis produk.	Tingkat variasi harga sesuai dengan jenis produk.	Ordinal	2
	Harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan	Harga sesuai dengan kualitas Produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal	3
		Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan.	Tingkat kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan.	Ordinal	4
	Harga yang bersaing	Harga dapat bersaing dengan produk lain.	Tingkat persaingan harga dengan produk lain.	Ordinal	5
		Harga diskon	Tingkat harga	Ordinal	6

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		yang ditawarkan	diskon yang ditawarkan		
	Harga dan manfaat yang sesuai	Harga sesuai dengan manfaat yang konsumen rasakan.	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan konsumen.	Ordinal	7
		Harga memiliki manfaat yang baik dibandingkan produk lain.	Tingkat harga dengan manfaat yang baik dibandingkan produk lain.	Ordinal	8
<i>Celebrity Endorser (X2)</i> Celebrity Endorser merupakan penggunaan narasumber (<i>source</i>) sebagai figur yang menarik serta banyak pengikutnya atau populer dalam iklan, sehingga dapat memperkuat citra merek dalam benak konsumen. (Handayani & Kosasih, 2020 :117)	<i>Celebrity Credibility</i> (Kredibilitas Selebriti)	<i>Celebrity Endorser</i> memiliki kekuatan untuk meyakinkan	Tingkat kekuatan <i>Celebrity Endorser</i> dalam meyakinkan	Ordinal	9
		<i>Celebrity Endorser</i> memiliki Keahlian untuk meyakinkan	Tingkat keahlian <i>Celebrity Endorser</i> dalam meyakinkan	Ordinal	10
	<i>Celebrity Attractiveness</i> (Daya tarik selebriti)	<i>Celebrity endorser</i> memiliki penampilan yang menarik.	Tingkat kemenarikan <i>Celebrity endorser</i> dalam berpenampilan .	Ordinal	11
		<i>Celebrity endorser</i> memiliki kepribadian yang menarik.	Tingkat kepribadian <i>Celebrity endorser</i> yang menarik.	Ordinal	12
	<i>Celebrity Trustworthines</i> s (Dapat dipercaya)	<i>Celebrity endorser</i> dapat menyampaika	Tingkat kejujuran <i>Celebrity endorser</i>	Ordinal	13

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		n pesan iklan dengan jujur sesuai keadaan yang sebenarnya.	Dalam Menyampaika n Pesan		
		<i>Celebrity endorser</i> mendapatkan kepercayaan konsumen dalam mengiklankan suatu produk.	Tingkat Kepercayaan konsumen kepada <i>Celebrity endorser</i> Dalam mengiklankan suatu produk.	Ordinal	14
	<i>Celebrity Expertise</i> (Keahlian selebriti)	<i>Celebrity endorser</i> memiliki pengetahuan yang baik tentang produk.	Tingkat pengetahuan <i>Celebrity endorser</i> tentang produk	Ordinal	15
		<i>Celebrity endorser</i> mampu membujuk konsumen untuk melakukan pembelian	Tingkat kemampuan <i>Celebrity endorser</i> dalam membujuk konsumen untuk melakukan Pembelian.	Ordinal	16
Keputusan Pembelian (Y) keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan untuk membeli merek yang paling disukai, tetapi dua	Pilihan Produk	Melakukan pembelian di Bandung Kunafe karena keunikan dan menariknya produk yang dimiliki.	Tingkat memutuskan keputusan pembelian karena produk yang unik dan menarik.	Ordinal	17
		Melakukan pembelian di Bandung Kunafe berdasarkan	Melakukan pembelian di Bandung Kunafe berdasarkan	Ordinal	18

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
faktor dapat muncul antara niat membeli dan keputusan membeli. Kotler & Armstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabron (2018;188)		kualitas produk.	kualitas produk.		
	Pilihan Merek	Melakukan pembelian karena adanya pengaruh kepopuleran nama Bandung Kunafe di Kota Bandung.	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan popularitas yang dimiliki Bandung Kunafe di Kota Bandung.	Ordinal	19
		Melakukan pembelian berdasarkan citra Bandung Kunafe dibandingkan dengan <i>dessert</i> lain.	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan citra Bandung Kunafe yang baik dibandingkan dengan <i>dessert</i> lain.	Ordinal	20
	Pilihan tempat Penyalur	Melakukan pembelian berdasarkan ketersediaan barang yang lengkap.	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan ketersediaan barang yang lengkap.	Ordinal	21
		Melakukan pembelian karena lokasi strategis dengan rumah atau kampus.	Tingkat memutuskan pembelian karena lokasi yang strategis dekat dengan rumah atau kampus.	Ordinal	22
	Jumlah Pembelian	Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan.	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan.	Ordinal	23

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		Jumlah pembelian berdasarkan adanya bonus atas produk yang ditawarkan.	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan adanya bonus atas produk yang ditawarkan.	Ordinal	24
	Waktu Pembelian	Melakukan pembelian produk Bandung Kunafe secara rutin dalam kurun waktu tertentu.	Tingkat memutuskan pembelian produk Bandung Kunafe dalam kurun waktu tertentu.	Ordinal	25
		Melakukan pembelian secara mendadak.	Tingkat memutuskan pembelian secara mendadak.	Ordinal	26
	Metode Pembayaran	Mudahnya metode pembayaran dengan menggunakan kartu debit/credit.	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan kemudahan pembayaran melalui kartu debit/credit.	Ordinal	27

Sumber : Diolah oleh Peneliti 2023

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Pada sub bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai pengertian populasi serta ukuran sampel yang akan digunakan pada penelitian ini. Penelitian yang dilakukan pasti memerlukan subjek atau objek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian ini berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi peneliti dapat melakukan pengolahan data. Populasi merupakan suatu “*universe*”, yakni wilayah generalisasi yang terdiri atas

subyek atau obyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. 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 dalam setiap penelitian tidak hanya berupa orang, akan tetapi bisa juga berupa benda lainnya, sama halnya dengan pernyataan Sugiyono (2017:136) yang mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti.

Berkenaan dengan hal tersebut peneliti akan menguraikan objek dalam penelitian ini, yang di mana populasi dalam penelitian ini merupakan pengunjung yang telah melakukan transaksi di Bandung Kunafe.

Tabel 3. 2

Jumlah Pengunjung Bandung Kunafe Cake 2022

Bulan	Target Penjualan	Demand	Gap - / +
Januari	2.000	2.092	+ 92
Februari	2.000	2.521	+ 521
Maret	2.000	1.498	- 502
April	2.000	3.201	+ 1.201
Mei	2.000	3.809	+ 1.809
Juni	2.000	2.587	+ 587

Bulan	Target Penjualan	Demand	Gap - / +
Juli	2.000	2.129	+ 129
Agustus	2.000	1.870	- 1.670
September	2.000	3.798	+ 1. 798
Oktober	2.000	3.532	+ 1.532
November	2.000	3.278	+ 1.278
Desember	2.000	2.677	+ 677
TOTAL		32. 677	
RATA-RATA		2.750	

Sumber: *Dessert Bandung Kunafe Cake*, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pengunjung Bandung Kunafe pada Bulan Januari sampai Desember 2022 sebanyak 32.677/12 bulan

= 2.750 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang sengaja dipilih oleh peneliti untuk diamati, sehingga sampel ukurannya lebih kecil dibandingkan dengan populasi dan berfungsi sebagai wakil dari populasi. Sampel menurut Sugiyono (2017:137) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penelitian ini tidak menggunakan keseluruhan dari populasi namun hanya sebagian saja, hal ini dikarenakan keterbatasan peneliti dalam hal waktu, biaya, dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Kesimpulannya, sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi konsumen yang pernah berkunjung atau membeli produk Bandung Kunafe. Khususnya dalam penelitian ini, mengingat jumlah

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

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

Dimana :

n = Jumlah Sample

N = Jumlah Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam mengambil sampel yang masih bisa ditolerir
(tingkat kesalahan dalam sampling sebesar 10%)

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan sebanyak 2750 orang, maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel sebagai berikut:

$$N = \frac{2750}{1+2750 (0,1)^2} = 96 \text{ Orang}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebanyak 96 orang yang akan dijadikan ukuran sampel penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah bagian dari metodologi penelitian yang berhubungan dengan pengambilan sebagian dari populasi. Menurut Sugiyono (2016:81) mengemukakan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling dapat dibagi atas 2 kelompok besar yaitu, *probability sampling (random sampling)* dan *non probability sampling (non random sampling)*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* ini menurut Sugiyono (2017:142) menjelaskan bahwa *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi

peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *non probability* yang digunakan yaitu dengan *incidental sampling*. Menurut Sugiyono yang memaparkan bahwa (2017:81) *incidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Tabel 3. 3

Karakteristik Responden

NO	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki • Perempuan
2	Usia	<ul style="list-style-type: none"> • < 17 tahun • 17 – 22 tahun • 23 – 30 tahun • > 30 tahun
3	Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelajar/Mahasiswa • PNS • Karyawan Swasta • Lainnya
4	Pendapatan	<ul style="list-style-type: none"> • Rp. 2.500.000 • Rp.2.000.000–Rp.3.500.000 • Rp.3.600.000–Rp.5.000.000 • > Rp. 5.000.000

Sumber: Data Diolah oleh peneliti 2023

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti sesuai lingkup penelitian (V. Wiratna Sujarweni, 2017: 94). Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Merupakan metode untuk mengumpulkan data primer dengan cara melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Survei tersebut dilakukan di kantor Bandung Kunafe. Data primer diantaranya diperoleh melalui cara berikut.

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan fenomena atau permasalahan yang harus diteliti dan bila peneliti ingin mengetahui hal-hal mendalam yang bisa didapatkan dari responden dan jumlah responden kecil/sedikit (Sugiyono, 2017:220).

b. Kuesioner

Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017:225).

c. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusundari berbagai proses biologis dan psikologis (Sutrisno dalam Sugiyono, 2017:145).

2. Penelitian Perpustakaan

Penelitian Kepustakaan adalah suatu kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian. Dilakukan untuk memperoleh data sekunder secara landasan teori yang digunakan sebagai pendukung dalam pembahasan penelitian kepustakaan dengan cara membaca literatur yang berhubungan dengan masalah yang akan

diteliti oleh penulis.

a. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu mengumpulkan data melalui buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, yang berkaitan dengan masalah penelitian.

b. Jurnal

Jurnal yaitu data pendukung yang berasal dari penelitian terdahulu dan berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

c. Internet

Yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian baik berbentuk jurnal, makalah ataupun karya ilmiah.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen meliputi uji validitas dan reliabilitas. Yang dimaksud dengan uji validitas adalah suatu data yang dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan, sedangkan penggunaan pengujian reliabilitas oleh peneliti adalah untuk menilai konsistensi pada objek dan data, apakah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama pula.

3.5.1 Uji Validitas

Yang dimaksud dengan uji validitas adalah apakah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan atau tidak. Hal ini selaras dengan pendapat menurut Sugiyono (2017:202) yang menyatakan bahwa uji validitas adalah suatu

derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan total skor yang merupakan jumlah dari skor tiap butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Terdapat metode untuk mencari nilai korelasi, yakni metode tersebut digunakan guna menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan korelasi *Pearson Product Moment* yang dinyatakan dengan rumus berikut:

$$\frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien *r product momen*

r = Koefisien Validitas Item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap Ijen

y = Skor total instrumen

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$ = jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing masing skor Y

Dasar mengambil keputusan:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Sugiyono (2017:204) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua pernyataannya yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Maksud dari uji reliabilitas yaitu untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu. Reliabilitas menunjukkan bahwa hasil pengukuran tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2017:209) mengemukakan bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden keresponden lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pernyataan tersebut (Juanim, 2018:13).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *split half* yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan

yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*. Peneliti berkenaan hal tersebut juga melampirkan rumus-rumus untuk pengujian uji reliabilitas tersebut. Adapun rumus nya peneliti sajikan sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjildan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{AB} = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n\sum A^2 - (\sum A)^2)(n\sum B^2 - (\sum B)^2))}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *produk momen*

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadrat total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadrat total skor belahan genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut:

$$r = \frac{2 \cdot rb}{1 + rb}$$

Dimana:

R = Nilai Reliabilitas

R_b = korelasi *pearson product moment* antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (*rb* hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
 - b. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel
- Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa suatu alat ukur harus konsisten sehingga untuk mengetahui kekonsistennya dilakukanlah uji reliabilitas ini, berkenaan dengan hal tersebut keandalan suatu alat ukur dilihat dengan menggunakan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reliabilitas, yangdimana dapat dilihat bahwa apabila koefisien reliabilitas dari instrumen penelitian lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel atau dengan kata lain disebut konsisten.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Penggunaan metode analisis data dan uji hipotesis agar data yang sudah

terkumpul dan akan diolah dapat memperoleh hasil maupun kesimpulan yang akurat dalam penelitian ini. Sugiyono (2016:147) mengemukakan bahwa teknik analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam 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 hipotesis yang telah diajukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif adalah data dihitung melalui tabel, grafik, bagan, lingkaran, piktogram, pola, perhitungan median, Mean, Desi, persentil, penyebaran data perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase. Dalam statistik penelitian deskriptif juga dapat dilakukan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel. Buat prediksi melalui analisis korelasi, dan buat prediksi melalui analisis regresi. Keahlian hipotesis harus dibuktikan dengan data.

Berdasarkan argumen yang telah disampaikan diatas maka disimpulkan Analisis data digunakan untuk menguji hipotesis dan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent (X1) Harga, (X2) Celebrity Endorser, terhadap variabel dependent (Y) Proses Keputusan Pembelian.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Sugiyono (2017:53) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu

variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara aktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut: hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan (kuesioner/angket). Di mana variabel harga (X_1), *celebrity endorser* (X_2) dan keputusan pembelian (Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* menurut Sugiyono (2017:158) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penggunaan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen di mana alternatifnya berupa pernyataan.

Dengan demikian, penulis membuat pernyataan yang digunakan untuk memperoleh data atau keterangan dari responden yang merupakan konsumen dari produk Bandung Kunafe. Kemudian data yang diperoleh dari hasil kuesioner diberi bobot dalam setiap alternatif jawaban. Di mana jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif sebagai berikut:

Tabel 3. 4**Alternatif Jawaban Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
SS (Sangat Setuju)	5	1
S (Setuju)	4	2
KS (Kurang Setuju)	3	3
TS (Tidak Setuju)	2	4
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Sugiyono (2017:160)

Berdasarkan tabel 3.3 diatas dapat kita lihat alternative jawaban dan bobot nilai untuk Item-item instrumen di kuesioner. Bobot nilai ini nantinya untuk memudahkan responden menjawab setiap butir pernyataan dalam kuesioner yang diajukan. Peneliti menggunakan analisis deskriptif menyesuaikan dengan variabel independen dan dependen yang nantinya akan dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah skor responden. Jumlah skor jawaban responden kemudian disusun kriteria penilaiannya untuk setiap item pernyataan. Menguraikan data dari setiap variabel penelitian dilaksanakan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui tingkat perolehan nilai variabel penelitian. Untuk menetapkan skor rata-rata maka akumulasi jawaban dari kuesioner dibagi jumlah pernyataan dikali jumlah responden. Untuk jelasnya berikut cara perhitungannya:

$$\frac{\sum \text{Jumlah Kuesioner}}{\sum \text{Pernyataan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor Rata-Rata}$$

Setelah rata-rata skor dihitung maka untuk mengklasifikasikan kecenderungan jawaban responden ke dalam skala dengan formulasi sebagai berikut :

$$NJI (\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Dimana :

Nilai Tertinggi = 5

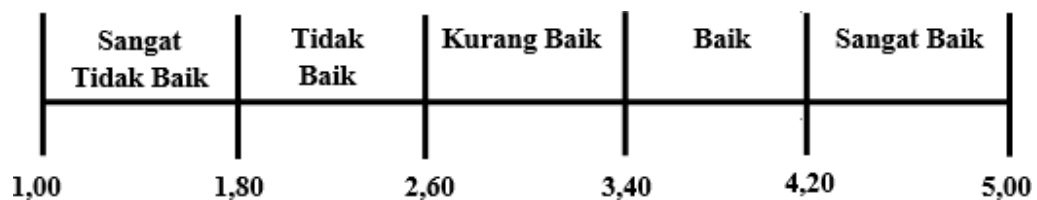
Nilai Terendah = 1

Lebar Skala = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Maka dapat ditentukan dengan kategori dengan skala berikut:

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 = Tidak Baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 = Kurang Baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 = Baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 = Sangat Baik

Kategori tersebut apabila dapat digambarkan maka sebagai berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, sehingga diperoleh hasil yang memperkuat atau menggugurkan teori atau hasil penelitian sebelumnya dengan menggunakan perhitungan statistik. Metode kuantitatif (verifikatif) juga merupakan metode pengolahan data dalam berbentuk angka. Selaras dengan pendapat Sugiyono

(2016:54) mengemukakan bahwa 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. Analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga (X1) Harga, (X2) *Celebrity Endorser*, terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).

3.6.2.1 Uji MSI (Method of Succesive Interval)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method of Succesive Interval*). Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pernyataan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebutproporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal.

6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumus berikut.

$$SV = \frac{(\text{ensity at blower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{area under upper limit}) - (\text{area under blower limit})}$$

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

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

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

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau perubahan. Dikatakan regresi linier berganda karena jumlah variabel bebas (independen) sebagai prediktor lebih dari satu, maka digunakan persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

- Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)
- a = Bilangan konstanta
- b1 dan b2 = Koefisien regresi Harga dan *Celebrity Endorser*
- X1 = Variabel bebas (Harga)
- X2 = Variabel bebas (*Celebrity Endorser*)
- e = Error atau faktor gangguan lain

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Uji korelasi berguna untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih (Juanim 2018:37). Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel harga dan *celebrity endorser* (X) dan keputusan pembelian (Y). Dengan rumus:

$$r^2 = \frac{JK(reg)}{dx \Sigma Y^2}$$

r^2 = Koefisien korelasi berganda

$JK(reg)$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total regresi

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1,X2 dan variabel Y.

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel negatif.

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Pengukuran hubungan antara dua variabel untuk masing-masing kasus akan menghasilkan keputusan, hubungan yang sangat kuat, kuat, cukup, rendah, atau

sangat rendah. Penentuan tersebut didasarkan pada kriteria yang menyebutkan jika hubungan mendekati 1, maka hubungan semakin kuat; sebaliknya jika hubungan mendekati 0, maka hubungan semakin lemah (Sugiyono, 2017:277). Berikut ini adalah tabel taksiran besarnya koefisien korelasi:

Tabel 3. 5
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Cukup
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017:278)

3.7 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2017:64). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh Harga dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian secara parsial dan simultan. Untuk menguji hipotesis digunakan Uji t dan Uji F serta didukung dengan nilai Koefisien Determinasi (r^2). Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan

hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.7.1 Uji F (Uji Serempak/Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji dilaksanakan dengan langkah membandingkan nilai dari F hitung dengan F tabel. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel terikat. Hipotesis statistik yang diajukan sebagai berikut:

$H_0: \beta_1 \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Harga dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian.

$H_1: \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Harga dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian.

Kedua hipotesis tersebut kemudian diuji untuk mengetahui apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel ($n - k - 1$) = derajat kebebasan.

Dari perhitungan tersebut dapat diketahui distribusi F dengan pembilang K dan penyebut (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila F hitung > F tabel (α) = 0,1 maka H₀ ditolak dan H_a diterima (signifikan).
2. Apabila F hitung < F tabel (α) = 0,1 maka H₀ diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan).

3.7.2 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji dilaksanakan dengan langkah membandingkan t hitung dengan t tabel.

Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. H₀ : $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Bandung Kunafe.
- b. H₁ : $\beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Bandung Kunafe
- c. H₀ : $\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian produk Bandung Kunafe
- d. H₁ : $\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian produk Bandung Kunafe

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan taraf signifikan 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus sebagai berikut:

$$T = \frac{Rp \sqrt{n - 2}}{1 - rp}$$

Keterangan :

t hitung = Statistika Uji Korelasi

r = Nilai Korelasi Parsial

n = Jumlah sampel

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung di bandingkan dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila T hitung > T tabel (α) = 0,1 maka H₀ ditolak dan H_a diterima
2. Apabila T hitung < T tabel (α) = 0,1 maka H₀ diterima dan H_a ditolak

3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel X₁ (harga) dan variabel X₂ (*celebrity endorser*) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi dilakukan dengan analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (Simultan)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X₁ (harga) dan variabel X₂ (*celebrity endorser*) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) secara simultan dengan rumus berikut ini:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r² = Kuadrat dari koefisien ganda

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X_1 (harga) dan variabel X_2 (*celebrity endorser*) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) secara parsial, dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order}$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

β = Nilai *standardized coefficients*

Zero order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Kriteria- kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah.
- b Jika Kd mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Harapan yang diinginkan melalui penyusunan kuesioner adalah mampu mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Adapun tujuan penyusunan kuesioner guna memperbaiki bagian-bagian yang kurang tepat untuk diterapkan dalam pengambilan data terhadap responden. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel harga dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian yang sesuai

dengan operasionalisasi variabel penelitian.

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di kantor Bandung Kunafe Jln Dakota I No18 kota Bandung Jawa Barat. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan Desember sampai dengan Agustus 2023