

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yang ada pada bab 1 dan bab 2 diatas, maka jenis penelitian ini akan mengarah pada metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah jenis metode penelitian yang bersifat induktif, objektif, dan ilmiah yang dimana data-data tersebut nantinya akan berbentuk angka-angka dan kemudian dianalisis menggunakan statistik untuk ditarik kesimpulannya. Dan pemikiran tentang metode asosiatif adalah penelitian yang menyatukan dan menggabungkan dua variabel atau lebih banyak lagi.

Dengan menggunakan metode asosiatif kuantitatif ini diharapkan dapat sesuai dengan tujuan dari penelitian yang akan diteliti yaitu untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Brand Ambassador* Selebriti Korea Selatan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Scarlett Whitening studi pada mahasiswa FES di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di FES Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

Dengan rencana waktu penelitian sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

Tahapan	Jenis Kegiatan	Waktu Bulan Ke-					
		3	4	5	6	7	8
Persiapan	Pengajuan Judul	■					
	Menyusun Proposal Penelitian	■	■				
	Seminar Proposal		■	■			
Pelaksanaan	Mengambil data				■		
	Mengolah data penelitian				■		
	Menganalisis data					■	
Pelaporan	Menyusun hasil analisis dalam bentuk laporan					■	
	Menyusun laporan sesuai ketentuan					■	
	Sidang skripsi						■

3.3 Operasional Variabel Penelitian

Pada bagian ini merupakan penjelasan yang nyata dan akurat dan dapat digunakan sebagai alat ukur variabel:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Operasional Variabel Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran
1.	<i>Brand Ambassador</i> Selebriti Korea Selatan (X_1)	Alat yang digunakan perusahaan untuk oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan dan berhubungan dengan publik, dengan harapan dapat meningkatkan penjualan.	ansparansi, Kesesuaian, Kredibilitas, Daya tarik, Power.	Likert
2.	Kualitas produk (X_2)	Kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan	<i>Performance, Features, Reability,</i>	Likert

No	Variabel	Operasional Variabel Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran
		dan keinginan konsumen.	<i>Confermance to Specifications, Duratibility.</i>	
3.	Harga (X_3)	Alat kompensasi relatif yang dinyatakan dalam bentuk uang ataupun barang untuk mendapatkan manfaat, keuntungan yang menghasilkan kepemilikan.	Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga, dengan kualitas produk, Daya saing harga, Potongan harga,	Likert
4.	Keputusan pembelian (Y)	Hasil dari pemahaman mengenai perilaku konsumen	Pengenalan masalah, Mencari informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, Perilaku pasca pembelian.	Likert

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah tempat atau wilayah yang menjadi objek untuk dijadikan sampel. Populasi tidak hanya berbentuk orang atau manusia namun populasi juga termasuk hewan, tumbuhan dan benda benda yang lain. Wilayah dalam populasi nantinya akan ditarik oleh peneliti untuk dijadikan kesimpulan dalam penelitiannya. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian maka populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FES dari Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang pernah membeli produk Scarlett Whitening.

3.4.2. Sampel

Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan memakai teknik *nonprobability sampling/non random sampling* yang artinya tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dapat dijadikan sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2016). Adapun kriteria sampel penelitian ini yaitu:

1. Mahasiswa FES Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
2. Mengerti produk Scarlett Whitening
3. Sudah pernah melakukan pembelian produk Scarlett Whitening.

Sampel dalam penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Total populasi

e : *Margin of error*, (10%)

$$n = \frac{777}{1 + 777 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{777}{8,77}$$

$$n = 88,89$$

Berdasarkan hitungan diatas sampel penelitian ini adalah 89 responden, namun disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden. Dalam penelitian ini disesuaikan menjadi 100 responden karena diharapkan memudahkan dalam pengolahan dan pengujian data. Selain itu juga diharapkan mendapatkan hasil uji yang lebih baik.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam penelitian ini adalah melalui kuisisioner berupa beberapa pertanyaan yang akan dibagikan kepada sampel untuk mengukur pengaruh menggunakan *Brand Ambassador* Selebriti Korea Selatan, Kualitas Produk, dan Harga pada produk Scarlett Whitening yang masih menjadi mahasiswa aktif FES Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Untuk mendapatkan nilai dari jawaban yang dijawab sampel melalui kuisisioner yang sudah dibagikan, maka akan diberlakukan nilai disetiap jawaban. Adapun ukuran penilaian skala likert dari setiap jawaban adalah sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju, memiliki bobot 1
2. Tidak Setuju, memiliki bobot 2
3. Kurang Setuju, memiliki bobot 3
4. Setuju, memiliki bobot 4
5. Sangat Setuju memiliki bobot 5

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1. Metode Analisis Deskriptif

Menurut Situmorang (2017:162) teknik analisis data deskriptif merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data-data yang sudah dikumpulkan seadanya tanpa ada maksud membuat generalisasi dari hasil penelitian.

3.6.2. Uji Validitas

Uji validitas adalah teknik yang digunakan untuk menguji item pertanyaan dalam kuisisioner apakah item pertanyaan yang digunakan valid atau tidak valid.

Apabila hasil menunjukkan valid maka item pertanyaan dalam kuisioner layak untuk digunakan dalam penelitian. Data dapat dikatakan valid apabila hasil penelitian menunjukkan bahwa ($R_{hitung} < R_{tabel}$) dan Nilai Sig $< 0,05$.

3.6.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ketepatan pengukuran untuk mengukur tingkat konsistensi angket kuisioner. Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas yaitu *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,70 (Reliabel). *Cronbach Alpha* adalah teknik pengujian keandalan kuisioner yang paling sering digunakan, yang memiliki nilai berkisaran nol sampai satu.

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan sebelum melakukan analisis regresi. Tujuan dari dilakukannya uji ini adalah untuk memperkirakan hasil penelitian yang tidak bias dan efisiensi. Namun dalam melakukan uji asumsi klasik ada beberapa langkah untuk dilaksanakan, yaitu :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah teknik pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini terdapat tiga cara untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Adapun cara tersebut adalah uji kolmogorov smirnov, probability plot, dan histogram.

2. Uji Heteroskedastisitas

Teknik uji heteroskedastisitas pada prinsipnya adalah untuk menguji apakah pada sebuah grub memiliki varians yang sama diantara semua anggota

grub yang ada. Model regresi yang baik adalah hasil yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun teknik yang digunakan adalah dengan metode glejser.

3. Uji Multikolinearitas

Gujarati menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Gujarati dan Porter, 2013). Dalam teknik uji multikolinearitas ini jika nilai tolerance lebih besar dari 10 dan nilai VIF kurang dari 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Situmorang (2017:231) analisis regresi linear berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linear antar beberapa variabel independen yang biasa disebut X_1 , X_2 , X_3 dan seterusnya dengan variabel dependen yang disebut Y. penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada tau tidaknya pengaruh variabel *Brand Ambassador* Selebriti Korea Selatan (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). model regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y	:	Keputusan Pembelian
β_0	:	Konstanta
$\beta_1 - \beta_2$:	Koefisien Regresi Variabel $XX_{1,2,3}$
X_1	:	<i>Brand Ambassador</i> Selebriti Korea Selatan

X_2	:	Kualitas Produk
X_3	:	Harga
E	:	Kesalahan Penganggu (Standard error)

3.6.6. Uji Hipotesis

1. Uji T (Uji Parsial)

Menurut Gujarati, uji signifikan merupakan sebuah prosedur yang digunakan untuk kebenaran atau kesalahan dari hasil hipotesis nol dari sampel (Gujarati dan Porter, 2013:149). Dalam pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *Brand Ambassador* Selebriti Korea Selatan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Kriteria pengambilan keputusannya adalah jika hasil dari nilai signifikansi kurang dari 0,05 (Sig < 0,05).

2. Uji F (Uji Serempak)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (Gujarati dan Porter, 2013:309). Kriteria keputusannya sebagai berikut :

- H_a diterima jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau sig. $F < \alpha$ (0,05)
- H_o ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau sig. $F \geq \alpha$ (0,05)

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Besarnya R^2 dikenal

sebagai koefisien determinasi (sampel) yang merupakan ukuran paling umum digunakan untuk mengukur *goodness of fit* dari sebuah garis regresi (Gujarati dan Porter, 2013:97). Maka dapat dikatakan bahwa Teknik Koefisien determinasi (R^2) adalah teknik untuk menguji seberapa besar jumlah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
PERPUSTAKAAN