**BAB III**

**METODOLOGI PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

Penelitian evaluasi adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data atau informasi, untuk dibandingkan dengan kriteria kemudian diambil kesimpulan. Kesimpulan inilah yang kemudian disebut hasil evaluasi. Dengan kata lain, penelitian evaluatif mempunyai manfaat sebagai pengembangan kualitas (Suharsimi, 2014).

 Sifat penelitiannya adalah deskriptif yaitu memberikan gambaran mengenai “Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk *Shampoo* Pantene di Gentiaras Bandar Lampung”, karena pada dasarnya penelitian ini dilakukan dengan cara pengolahan data yang dikembangkan dengan melakukan suatu hipotesa.

 Menurut (Sugiyono, 2011) : “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya”.

1. **Waktu dan Tempat Penelitian**

 Waktu penelitian ini berlangsung selama bulan Mei-Juni 2019. Penelitian ini berlangsung di kampus STIE Gentiaras Bandar Lampung yang berada di JL. Purnawirawan No. 14 Gedong Meneng Bandar Lampung dengan responden mahasiswa STIE Gentiaras angkatan 2015-2018.

1. **Populasi dan Sampel**
2. **Populasi**

 Populasi menurut Sugiyono (2011) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen pada produk *shampoo* Pantene yang ada di kampus STIE Gentiaras Bandar Lampung.

1. **Sampel**

 Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Jenis sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah *Snowball Sampling.*

 *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sampel pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan dua orang sebelumnya. Begitu seterusnya sehingga jumlah sampel menjadi semakin banyak (Sugiyono, 2011). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

1. **Teknik Pengumpulan Data**

 Untuk mendukung penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui :

1. Penelitian lapangan ( *Field Research* ) yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi mengenai masalah yang diteliti. Dalam hal ini, responden yang dicari adalah mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung. Untuk memperoleh data, penulis memperoleh data melalui :
2. *Dokumentasi* yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen atau arsip-arsip perusahaan yang ada kaitannya dengan penelitian konsumen produk *shampoo* Pantene dari STIE Gentiaras Bandar Lampung.
3. *Kuesioner* yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebar selebaran angket atau pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam bentuk tertulis kepada responden dimana pertannyaan tersebut dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dengan beberapa alternatif atau hanya satu jawaban saja.
4. Penelitian Pustaka (*Library Research* ) adalah penelitian yang dilakukan dengan mengutip buku-buku kepustakaan, pendapat para ahli, jurnal karangan ilmiah serta literatur-literatur lainnya guna menunjang pembahasan penelitian ini.

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan menjadi dua bagian yaitu :

1. Data primer yakni data yang diperoleh dari hasil jawaban responden melalui penyebaran kuisioner pada konsumen yakni mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung tentang pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan atau arsip perusahaan, serta bahan kepustakaan dan karangan ilmiah yang dapat mendukung penelitian ini.

**Tabel 3.1**

**Indikator Penelitian**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Koefisien | Indikator | Parameter |
| x | *Celebrity endorser* ( Shimp 2013 ) | *Truthworthiness* ( dapat dipercaya ) | * *Celebrity endorser* tersebut berintegritas
* Celebrity endorser tersebut jujur
 |
| *Expertise* ( keahlian ) | * Celebrity endorser tersebut berprestasi
* Celebrity endorser tersebut berpengalaman
 |
| *Attractiveness* ( daya tarik fisik ) | * Celebrity endorser tersebut menarik
* Celebrity endorser tersebut mempunyai rambut bagus
 |
| Y | Minat beli konsumen(Philip Kotler 2013 ) | *Attention* ( perhatian ) | * Membeli produk berdasarkan kebutuhan
* Membeli produk berdasarkan saran teman
 |
| *Interest* ( ketertarikan ) | * Membeli produk berdasarkan yang ditawarkan konsumen
* Membeli produk berdasarkan informasi yang didapat
 |
| *Desire*( keinginan ) | * Membeli produk berdasarkan hasrat dan keinginan
* Membeli produk berdasarkan hasrat mulai timbul
 |
| *Action*( Tindakan ) | * Membeli produk berdasarkan kemantapan yang tinggi untuk membeli produk
 |

 **Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2019**

**E. Teknik Analisis Data**

 Teknik analisis pengolahan data dengan menggunakan perhitungan statistik dengan ketentuan teknik sampling. Dalam mendapatkan data tersebut, penulis menentukan sampel acak dari populasi dengan membuat daftar pertanyaan untuk dijawab oleh responden yang dijadikan sampel. Alternatif jawaban yang penulis gunakan adalah skala Likert yaitu memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif tersebut ( Rangkuti, 2011)

 Pertanyaan yang digunakan dalam pertanyaan tertutup dimana responden tidak diberikan kesempatan menjawab dengan kata-kata sendiri. Untuk memperoleh nilai atau skor masing-masing variabel, pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner berdasarkan pada skala Likert skala 1-5 dengan ketentuan penilaian masing-masing alternatif jawaban sebagai berikut

 **Tabel 3.2**

 **Skala Likert**

|  |  |
| --- | --- |
| **Jawaban Pernyataan** |  **Bobot Nilai** |
| SS (SANGAT SETUJU) | 5 |
| S (SETUJU) | 4 |
| R (RAGU-RAGU) | 3 |
| TS (TIDAK SETUJU) | 2 |
| STS (SANGAT TIDAK SETUJU) | 1 |

 **Sumber : Fredy Rangkuti, (2011)**

 Setiap pilihan jawaban dari pernyataan diatas akan diberikan skor yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel bebas dan terikat). Semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala Likert.

1. **Analisis Kuantitatif**

 Menurut Sugiyono, teknik penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai suatu metode penelitian dengan berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel. Umumnya teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara acak, teknik pengumpulan data menggunakan instrumen metode penelitian kuantitatif, analisa data yang bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2012).

Sugiyono juga mengatakan data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.
(Sugiyono, 2010)**.**

Data kuantitatif sendiri kaitannya sangat erat dalam proses penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif sendiri adalah penelitian ilmiah dengan sistem yang sistematis dan tujuanya adalah untuk mengembangkan nilai-nilai matematis terhadap suatu fenomena yang terjadi di dunia

* + 1. **Uji Validitas**

 Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuesioner (Ghozali, 2013). Satu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukuroleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai *r hitung* pada tabel kolom *Corrected Item-Total Correlation* dengan nilai *r tabel* dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = n-k, dimana n adalah jumlah sampel yang digunakan dan k adalah jumlah variabel independennya. Dengan jumlah sampel (n) adalah dan tingkat signifikasi 0,05 maka *r tabel* pada penelitian ini adalah :

Bila : *r hitung > r tabel ,* berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid.

*r hitung* ≤ *r tabel,* berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji Validitas ini digunakan untuk menunjukkan bahwa variabel yang diukur yaitu *Celebrity Endorser* (X) dan Minat Beli Konsumen (Y) memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti.

**b. Uji Reliabilitas**

 Reliabilitas yaitu untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dalam penelitian ini, artinya alat ukur tersebut diujikan berkali-kali hasilnya tetap. Untuk mengukur ketepatan alat ukur, digunakan pengujian reliabilitas kuesioner digunakan rumus *Alpha Cronbach* (Arikunto, 2010) yaitu:

 α= $\left[\frac{K}{K-1}\right]\left[1-\frac{∑σb²}{∑σt²}\right]$

keterangan :

 α = reliabilitas instrument

 $∑σi$ = jumlah varians skor tiap item

 *K* = banyaknya soal

$σt²$ *=* varians total

**Tabel 3.3**

**Data interpretasi R**

|  |  |
| --- | --- |
| Koefisien R | reliabilitas |
| 0.8000-1.0000 | Sangat tinggi |
| 0.6000-0.7999 | Tinggi |
| 0.4000-0.5999 | Sedang/cukup |
| 0.2000-0.3999 | Rendah |
| 0.0000-0.1999 | Sangat rendah |

**Sumber : Sugiono (2016)**

 Dalam penelitian ini, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan *SPSS 16.0 for windows* dengan model *Alpha Cronbach’s* yang diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach’s* 0 sampai 1. Reliabilitas ini juga digunakan untuk menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan.

**c. Uji Normalitas dan Homogenitas**

 Uji normalitas untuk mengetahui apakah data yang diambil berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan one-sample Kolmogrov-Smirnov test.

 Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diambil sebenarnya homogen apa tidak. Uji homogenitas dalam penelitian ini menggunakan statistik annova pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS (*statistik program for service solution*)

**d. Uji T**

 Untuk menguji hipotesisnya, penulis menggunakan uji t dengan rumus ( Sugiyono, 2011) sebagai berikut :

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

Keterangan :

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi parsial

r2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah data

Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

Ho diterima jika nilai thitung ≤ ttabel

Ho ditolak jika nilai thitung ≥ttabel

 Bila terjadi penerimaan Ho maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Konsumen, sedangkan bila Ho ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Konsumen.

**e. Uji R2 ( Koefisien Determinasi )**

 Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

 Kd = r2 x 100%

Dimana :

Kd = koefisien determinasi

 r2  = koefisien korelasi

 Koefisien determinasi dalam penelitian ini yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen yaitu *Celebrity* *Endorser* (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependen yaitu Minat Beli Konsumen (Y), atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Konsumen.

**f. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Rumus analisis regresi linear sederhana ( Rangkuti, 2011 )

 Y = a + bX

Dimana :

Y = variabel dependen

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = variabel independen

 Analisis Regresi Linier Sederhana ini juga digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen ( *Celebrity Endorser* ) dengan variabel dependen ( Minat Beli Konsumen ) apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.