

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menjawab rumusan hipotesis (Adanya Pengaruh Selebriti *Endorser* terhadap Ekuitas Merek pada Produk Lipstik Wardah di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tahun 2019) dengan demikian untuk menjawab hipotesis diperlukan metode penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018: 28) “Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan”.

Jenis metode penelitian kuantitatif yang digunakan adalah metode survei. “Metode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuisisioner) yang tidak mendalam dan hasil cenderung untuk digeneralisasikan” (Sugiyono, 2018: 81).

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara nyata dalam objek penelitian. Definisi operasional merupakan suatu penjelasan konsep yang terdapat pada judul penelitian yang diukur jenis dan tingkatnya sehingga variabel-variabel yang diteliti menjadi jelas. Menurut Sugiyono (2013: 58) mengatakan “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut”. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel

No	variabel	Definisi Operasional	Indikator	Alat Ukur	Skala
1	Selebriti <i>endorser</i> (Y)	Selebriti <i>endorser</i> adalah orang yang dapat dipercaya dan dianggap memiliki wawasan tentang isu tertentu, seperti kehandalan merek, akan menjadi orang yang paling mampu meyakinkan orang lain unruk mengambil suatu tindakan.	1. Keahlian 2. Kepercayaan 3. Daya Tarik 4. Kekuatan (Shimp dan Andrews (dalam Finna dan Sugiono, 2015: 17)	Kuesioner	Likert
2	Ekuitas merek (X)	Ekuitas merek merupakan seperangkat aset dan kepercayaan merek yang terkait dengan merek tertentu, nama atau simbol yang mampu menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah produk atau jasa baik bagi pemasar atau perusahaan maupun pelanggan.	1. Loyalitas merek 2. Kesadaran merek 3. Asosiasi merek 4. Persepsi kualitas Aaker (2015: 8)	Kuesioner	Likert

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya dan apa alat yang digunakan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013:194) menyatakan “wawancara diartikan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus di teliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil”. Wawancara merupakan cara yang penting untuk mendapatkan informasi yang pasti tentang apa yang dikerjakan. Dalam metode ini melakukan wawancara langsung terhadap subjek penelitian yang diamati yaitu Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

2. Kuesioner

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pemberian seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.” (Sugiyono, 2018: 230). Dalam penelitian ini, kuesioner dirancang dengan sifat tertutup untuk mengetahui pengaruh selebriti *endorser* terhadap ekuitas merek pada produk lipstik wardah dikalangan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

3. Dokumentasi

“Metode dokumentasi adalah menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan dan sebagainya” (Sugiyono, 2015: 202). Dokumentasi diperlukan untuk mengetahui profil perusahaan, visi, misi serta hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dokumentasi dalam penelitian ini diambil dari data berupa profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dari data dokumen tersebut diperoleh data sebagai berikut : Sejarah singkat, visi dan misi, sarana dan prasarana, kepemimpinan dan pengelolaan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung, dan Surat Ijin penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan semua alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah atau mengolah dan menyajikan data-data secara sistematis secara objektif dengan tujuan untuk memecahkan suatu persoalan instrumen dan penelitian ini menggunakan angket. Instrumen disusun berdasarkan indikator-indikator dari selebriti *endorser* dan ekuitas merek yang telah dilakukan oleh mahasiswa yang akan diwakili oleh pertanyaan ataupun pernyataan dengan alternatif jawaban yang direspon dalam bentuk skala *Likert*, yaitu “skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, hal ini sudah spesifik dijelaskan oleh peneliti” (Sugiyono,

2018: 168). Angket disusun dengan pertanyaan-pertanyaan seputar variabel yang diteliti.

Selanjutnya Sugiyono (2018: 168) menjelaskan bahwa “jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata”. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

Sangat setuju	diberi skor 5
Setuju	diberi skor 4
Ragu-ragu	diberi skor 3
Tidak setuju	diberi skor 2
Sangat tidak setuju/Sangat tidak puas	diberi skor 1

Untuk melangkah dalam pembuatan instrumen berupa kuesioner, maka perlu dibuat kisi-kisi sebagai panduan dari setiap variabel sesuai indikator dan alat ukur yang digunakan, seperti yang ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2
Kisi-kisi kuisioner

No	Variabel	Indikator	Poin	Jumlah	Skala Pengukuran
1	Selebriti Endorser	1. Keahlian a) Pengetahuan b) Pengalaman c) Keterampilan 2. Kepercayaan a) Kejujuran b) Integritas c) Dipercaya 3. Daya Tarik a) Keterampilan intelektual b) Kepribadian c) Karakteristik gaya hidup d) Kecakapan 4. Kekuatan a) Kharisma b) Sikap atau tingkah laku (Shimp dan Andrews (dalam Finna dan Sugiono, 2015: 17))	1-2 3-5 6-9 10-11	2 3 4 2	Skala Likert 1 s.d 5
Jumlah				11	

2	Ekuitas Merek	1. Loyalitas merek a. Loyalitas bertambah	12	1	Skala Likert 1 s.d 5
		2. Kesadaran merek a. Mempengaruhi persepsi b. Rasa suka c. Tingkah laku	13-15	3	
		3. Asosiasi merek a. Desain b. Kualitas c. Pencitraan pengguna d. Keberagaman produk e. Inovasi dan simbol	16-20	5	
		4. Persepsi kualitas a. Merek sebagai produk berkualitas atau unggul	21	1	
		Aaker (2015: 8)			
Jumlah				10	

Kuisisioner yang telah dibuat kemudian diberi skor untuk mengetahui selebriti *endorser* berpengaruh terhadap ekuitas merek di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan pengkategorian tinggi, sedang, dan rendah.

Penghitungan nilai interval variabel di gunakan rumus:

$$i = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan:

i = Kelas Interval

NT = Nilai tertinggi

NR = Nilai terendah

K = Kategori

Pada kuisisioner selebriti *endorser* sebanyak 11 pertanyaan, sehingga nilai skor tertinggi sebesar $5 \times 11 = 55$ dan nilai terendah $1 \times 11 = 11$ selanjutnya dibuat kelas interval sebagai berikut:

$$i = \frac{(5 \times 11) - (1 \times 11)}{3}$$

$$i = \frac{(55 - 11)}{3}$$

$i = 14,67$ dibulatkan 15

dengan interval ($i=15$) pengkategorian selebriti *endorser* sebagai berikut:

- Skor 11- 25 selebriti *endorser* kurang baik
- Skor 26-40 selebriti *endorser* cukup baik
- Skor 41-55 selebriti *endorser* baik

Pada kuisisioner ekuitas merek merek sebanyak 10 pernyataan, sehingga nilai skor tertinggi sebesar $5 \times 10 = 50$ dan nilai terendah $1 \times 10 = 10$ selanjutnya dibuat kelas interval sebagai berikut:

$$i = \frac{(5 \times 10) - (1 \times 10)}{3}$$

$$i = \frac{(50 - 10)}{3}$$

$i = 13,3$ Dibulatkan menjadi 14

dengan interval ($i=14$) pengkategorian ekuitas merek sebagai berikut:

- Skor 10-23 ekuitas merek kurang baik
- Skor 24-37 ekuitas merek cukup baik
- Skor 38-51 ekuitas merek baik

E. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi Penelitian

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya” (Sugiyono, 2018:148). Berdasarkan pemaparan mengenai populasi diatas maka populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswi kelas reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung Tahun 2019 yang berjumlah 190 Mahasiswi.

2. Sampel Penelitian

“Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2018: 149). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana , waktu, tenaga maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, simpulanya akan di berlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul betul *representative* (mewakili).

Menurut *Isaac dan Michael* (dalam Sugiyono, 2018: 161) “Untuk populasi 190, untuk taraf kesalahan 1% jumlah sampelnya = 148, untuk taraf kesalahan 5% jumlah sampelnya = 123 dan untuk taraf kesalahan 10% jumlah sampelnya = 112”. Maka peneliti memutuskan untuk mengambil sampel dengan taraf kesalahan 5% dengan jumlah sampel sebanyak 123

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung Tahun 2019.

3. Teknik Sampling

“Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel” (Sugiyono, 2018: 150). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan “*Simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut” (Sugiyono, 2018: 152). Pengambilan sampel secara random/acak dilakukan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang sedang berada di kampus.

F. Metode Analisis Data

1. Analisis Instrumen Penelitian

Dalam hal ini kuesioner sebagai instrumen penelitian sebelumnya perlu dilakukan uji coba untuk mengetahui apakah kuisisioner tersebut mampu dipahami atau tidak, agar nantinya data tersebut memenuhi syarat valid dan reliabel. Teknik uji coba instrument penelitian dilakukan kepada 10 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung di luar sampel di dalam populasi dan selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Setelah dikatakan valid dan reliabel maka dilanjutkan dengan menyebar kuisisioner kepada 123 mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018: 203) “Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Untuk mengukur uji validitas instrumen menggunakan rumus kolerasi *pearson product moment*. Menurut Sugiyono (2018: 286) rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

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

Keterangan:

n= banyaknya jumlah sampel yang diuji

x= pertanyaan ke-t

y= jumlah dari keseluruhan pertanyaan

kriteria putusan

jika $r_{xy\text{-hitung}} > r_{xy\text{-tabel}}$ maka kuesioner valid

jika $r_{xy\text{-hitung}} < r_{xy\text{-tabel}}$ maka kuesioner tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Menurut Sugiyono (2018: 203) “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Uji reabilitas menggunakan rumus korelasi *Croanbach's Alpha* (Sugyiono, 2015: 174)

Rumus:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 x} \right)$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S_j = varians responden untuk item ke-i

S_x = jumlah varians skor total

Menurut Wiratna Sujarweni (2015: 110) jika nilai Alpha > 0,60 maka dinyatakan reliabel.

2. Analisis Data Penelitian

Menurut Sugiyono (2018: 402) “Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain”. Dalam penelitian ini analisis data akan dilakukan dengan alat analisis sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Alat statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel adalah regresi linier. Dalam penelitian ini karena terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka alat statistik yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila

nilai variabel bebas mengalami fluktuasi, data yang digunakan berskala interval atau rasio.

Menurut Sugiyono (2018: 293) rumus regresi linier sederhana yaitu :

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (Ekuitas Merek)

X = Variabel independen (Selebriti *Endorser*)

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X=0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

b. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis regresi sederhana dibagi menjadi dua yaitu pengujian koefisien regresi sederhana dan pengujian tingkat signifikansi. Pernyataan hipotesis untuk koefisien regresi sederhana yaitu:

$H_0 : b = 0 \rightarrow$ Tidak ada pengaruh selebriti *endorser* terhadap ekuitas merek pada produk lipstik wardah di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

$H_1 : b \neq 0 \rightarrow$ Ada pengaruh selebriti *endorser* terhadap ekuitas merek pada produk lipstik wardah di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

Pengujian tingkat signifikansi pada $\alpha = 5\%$ (0.05) menggunakan uji t.

Menurut Sugiyono (2012 : 255) rumusnya adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

t = Nilai t_{hitung}

r = Nilai korelasi

n = jumlah data

Kriteria pengujian

1) H_0 ditolak jika $t_{statistic} < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

2) H_0 diterima jika $t_{statistic} > 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$

Nilai t -tabel di dapat dari $df = n-k$

Keterangan :

n = jumlah observasi

k = variabel independen

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini untung mengetahui besaran pengaruh selebriti *endorser* terhadap ekuitas merek pada produk lipstik wardah di kalangan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Rumus yang digunakan untuk mencari koefisien determinasi yaitu:

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

Keterangan :

Kd = koefisien determinasi

R^2 = koefisien korelasi (Sugiyono, 2015: 231)

Untuk dapat member interpretasi terhadap kuatnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) maka dapat digunakan pedoman sebagai berikut:

Tabel 3
Interpretasi Data Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2014:250