

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah analisis data kuantitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2015 : 23) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangka kan (*Scoring*). Jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpulan data yang jawabannya yang berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden (mahasiswa manajemen angkatan 2016) melalui wawancara dengan panduan koesioner yang ditujukan kepada mahasiswa manajemen angkatan 2016 yang bersedia menjadi sampel dalam penelitian ini. Jenis pertanyaan yang digunakan dalam koesioner adalah *close ended questions*, yaitu bentuk pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban bagi responden dengan data yang dihasilkan berbentuk skala Likert, yaitu interval 1 sampai dengan 5.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada. Data sekunder dapat berupa catatan dan dokumentasi yang dipublikasikan oleh perusahaan, misalnya absensi, gaji, laporan keuangan publikasi

perusahaan, data yang diperoleh dari majalah atau brosur dan lain sebagainya.

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dan lokasi penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Manajemen FEB Universitas Muhammadiyah Metro tahun 2016, dengan objek yaitu *endorsement*, media sosial dan minat beli pada produk banana foster kota metro.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian harus ditentukan oleh peneliti sebelum melaksanakan penelitiannya agar memberikan gambaran serta arahan dan pedoman dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2012:1) mengungkapkan bahwa “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Pada penelitian ini alat yang digunakan adalah model persamaan (*Statistical Product and service Solution-SPPS*).

1. Operasional Variabel

Operasional disini menjelaskan mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan penelitian ini dengan tujuan memberikan kesimpulan mengenai batasan serta ruang lingkup penelitian, dari variabel yang dianalisis meliputi:

a. Variabel X_1 *Endorsment*

Definisi Konseptual : *Endorsment* adalah seseorang yang memiliki keterkaitan ataupun tidak dengan sebuah produk maupun jasa serta memberikan dukungan terhadap produk tersebut baik secara nyata maupun tulisan.

Definisi Operasional : *endorsement* adalah seseorang yang memiliki keterkaitan ataupun tidak dengan sebuah produk maupun jasa serta memberikan dukungan terhadap produk tersebut baik secara nyata maupun tulisan. Yang diukur dengan instrument berupa kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang diisi oleh mahasiswa manajemen angkatan 2016 universitas muhammadiyah Kota Metro, dengan indicator : Kepercayaan, Keahlian, ketertarikan secara fisik, dihormati, kesamaan dengan target konsumen.

b. Variabel X_2 Media Sosial

Definisi Konseptual : Media sosial adalah salah satu contoh dari sebuah media berbasis online dengan memiliki banyak pengguna yang tersebar hingga ke seluruh penjuru dunia. Media sosial umumnya dimanfaatkan untuk saling berbagi dan berpartisipasi. Tak jarang, media sosial juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan interaksi sosial.

Definisi Operasional : Media sosial adalah salah satu contoh dari sebuah media berbasis online dengan memiliki banyak pengguna yang tersebar hingga ke seluruh penjuru dunia. Media sosial umumnya dimanfaatkan untuk saling berbagi dan berpartisipasi. Tak jarang, media sosial juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan interaksi sosial. Yang diukur dengan instrument berupa kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang diisi

oleh mahasiswa manajemen angkatan 2016 universitas muhammadiyah Kota Metro, dengan indikator : mencari berita, mendapatkan hiburan, komunikasi online, sarana berbagi, menggerakkan masyarakat.

c. Variabel Y Minat Beli

Definisi Konseptual : Minat beli adalah bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan

Definisi Operasional : minat beli adalah bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan. Yang diukur dengan instrument berupa kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang diisi oleh mahasiswa manajemen angkatan 2016 universitas muhammadiyah Kota Metro, dengan indikator : Ketertarikan, keinginan, kenyakinan.

Tabel 4 Kisi-Kisi Kuesioner

Variabel	Indikator	No. Item
<i>Endorsment</i> (X_1)	1. Kepercayaan	1,2,3,4
	2. Keahlian	5,6,7,8
	3. Ketertarikan	9,10,11,12

Variabel	Indikator	No. Item
	secara fisik 4. Dihormati 5. Kesamaan dengan target konsumen	13,14,15,16 17,18,19,20
Media Sosial (X ₂)	1. Mencari Berita 2. Mendapatkan Hiburan 3. Komunikasi Online 4. Sarana Berbagi 5. Penggerak Masyarakat	1,2,3,4 5,6,7,8, 9,10,11,12 13,14,15,16 17,18,19,20
Minat Beli (Y)	1. Ketertarikan 2. Keinginan 3. Kenyakinan	1,2,3,4,5,6 7,8,9,10,11,12 13,14,15,16,17, 18

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2015 : 80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa manajemen FEB universitas muhammadiyah metro angkatan tahun 2016.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang di harapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017 : 81) sampel adalah

bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki ketebatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah jumlah populasi yang sangat banyak. Dalam penelitian ini, penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi yaitu seluruh mahasiswa manajemen angkatan 2016 universitas muhammadiyah metro.

e = Nilai kritis atau taraf kesalahan (*error*)

Dalam penelitian ini diketahui bahwa nilai N = seluruh mahasiswa manajemen angkatan 2016 universitas muhammadiyah metro dengan batas kesalahan 5%. Maka dengan menggunakan rumus tersebut diperoleh:

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

$$n = \frac{167}{1 + 167(0,05)^2}$$

$$n = \frac{167}{1,4175}$$

$n = 117,81$ (dibulatkan menjadi 118)

Dalam hal ini penulis telah menentukan besarnya sampel adalah 118 mahasiswa manajemen angkatan 2016 universitas muhammadiyah metro yang bersedia menjadi sampel penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Sebagai pelengkap dalam pembahasan ini maka diperlukan data atau informasi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan penulis dengan cara membaca beberapa buku literatur, mengumpulkan dokumen, arsip maupun catatan penting organisasi yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini dan kemudian selanjutnya diolah kembali.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan pada perusahaan bersangkutan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penulis dengan cara:

a. Observasi

Yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan penulis dengan pengamatan baik secara langsung maupun secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab.

b. Dokumentasi

Yaitu suatu catatan peristiwa yang sudah berlalu dan biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang atau perusahaan.

c. Wawancara

Yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan dengan mewawancarai pihak-pihak yang berkaitan dalam organisasi untuk memperoleh data yang berhubungan dengan materi pembahasan.

d. Kuesioner

Yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan data atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan responden atas daftar pertanyaan tersebut

Tabel 5 Jawaban dan Kriteria Kuesioner

Jawaban	Kriteria
A (Sangat Setuju)	5
B (Setuju)	4
C (Ragu-ragu)	3
D (Tidak Setuju)	2
E (Sangat Tidak Setuju)	1

E. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,03 maka item tersebut dinyatakan *valid*, tetapi jika nilai korelasinya di bawah 0,03 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*. Dalam mencari nilai korelasi penulis menggunakan rumus pearson *product moment* dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2 - (\sum X)^2)][(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : Koefisien korelasi
 \sum^X : Jumlah sekor item
 \sum^Y : Jumlah sekor total
N : Jumlah responden

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan seluruh responden sampel, kemudian membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dengan membandingkan nilai r_{hitung} dari r_{tabel} , jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrumen telah dipastikan validitasnya. Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung *Alpha Cronbach* dari masing-masing instrument dalam suatu variabel.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* 0,70 (Ghozali 2011: 84). Formula yang digunakan untuk menguji reabilitas instrumen dalam penelitian ini adalah :

$$R_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma bt^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen/koefisien reliabilitas
k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma \sigma b^2$ = Jumlah varians butir

σb^2 = Varians total

2. Pengujian Persyaratan Analisis untuk Regresi

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160), uji normalitas bertujuan apakah model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) mempunyai kontribusi atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk melihat penyebaran data yang normal atau tidak karena data diperoleh langsung dari pihak pertama melalui kuesioner. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis uji statistik dan grafik.

Dalam uji statistik jika $L_{hitung} > L_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berdistribusi tidak normal) dan jika $L_{hitung} < L_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (berdistribusi normal).

b. Uji Linieritas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi dan analisis regresi linier.

c. Uji Homogenitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Uji ini dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis

independent sample test dan ANOVA. Sebagai kriteria pengujian jika nilai signifikan lebih dari 0,005 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan analisis statistik adalah analisis regresi berganda. Menurut Sugiyono (2017:277) bahwa: Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independen* sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal.

Menurut Sugiyono (2017:277) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = variable dependent yang diprediksikan (Minat Beli)

X1 = variable independent (*Endorsment*)

X2 = variable independent (Media sosial)

a = Konstanta (Y bila X=0)

e = error

b. Uji T (Uji Partial)

Uji t berfungsi untuk mengetahui pengaruh secara individual antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Uji t dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{S_{\beta_1}}$$

Keterangan:

β_1 = koefisien regresi variabel

S_{β_1} = kesalahan baku koefisien regresi/standar error

Setelah dilakukan analisis data diketahui hasil perhitungannya maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t hitung dengan tabel atau bisa juga dengan memperhitungkan signifikansi t lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau besar dari 0,05. Dari keterangan tersebut dapat ditarik kesimpulan apakah hipotesis nol (H_0) atau hipotesis alternatif (H_a) tersebut ditolak atau diterima Hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1). H_0 = secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Independen terhadap variabel dependen.
- 2). H_a = secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel dependen dan variabel Independen.

Kriteria untuk menerima dan menolak suatu hipotesis adalah:

- 1). Nilai t hitung < t tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) di tolak.
- 2). Nilai t hitung > t tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) di terima. Atau dengan melihat signifikansi t yaitu :
 - a) Signifikansi t > dari 0,05 maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) di terima.

- b) Signifikan $t < 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) di tolak.

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji F untuk melihat apakah variabel Independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Melalui uji statistik dengan langkah-langkah menurut ghozali (2011:177) sebagai berikut:

$$\frac{r^2/k}{(1 - r^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi linier berganda

n = Banyaknya data

k = Banyaknya variabel bebas

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai f hitung dengan f tabel atau bisa juga dengan memperhatikan f lebih kecil dari atau sama dengan 0,05 atau signifikan f lebih besar dari 0,05 hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- 1). H_0 = Secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2). H_a = Secara simultan (bersama-sama) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria untuk penerimaan dan penolakan suatu hipotesis adalah :

- 1). Nilai f hitung $<$ tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.
- 2). Nilai f hitung $>$ tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Atau dengan melihat signifikansi t yaitu:
 - a) Signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis (H_a) diterima.
 - b) Signifikansi $t < 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis (H_a) ditolak.

d. R^2 Determinasi

Menurut Sugiyono (2017:184) koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh variabel-variabel dependen dalam menjelaskan variabel dependen yang sangat terbatas. Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi total dalam variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen secara bersama-sama, dan besarnya berpengaruh yang disebabkan oleh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD : R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi

4. Hipotesis Statistik

Hipotesis Statistik adalah pertanyaan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya.

a. $H_0 : \beta_1 \leq 0$: *Endorsment* (X1), tidak berpengaruh terhadap minat beli produk (Y).

$H_a : \beta_1 > 0$: *Endorsment* (X1), berpengaruh terhadap minat beli produk (Y).

b. $H_0 : \beta_2 \leq 0$: Media sosial (X2), tidak berpengaruh terhadap minat beli produk (Y).

$H_a : \beta_2 > 0$: Media sosial (X2), berpengaruh terhadap minat beli produk (Y).

c. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 \leq 0$: *Endorsment* (X1), Media sosial (X2), secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap minat beli produk (Y).

$H_a : \beta_1 = \beta_2 > 0$: *Endorsment* (X1), Media sosial (X2), secara bersamaan berpengaruh terhadap minat beli produk (Y).