

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada wilayah Bandar Lampung yang merupakan salah satu kota yang ada di provinsi Lampung. Sampel akan diambil secara acak di seluruh wilayah yang ada di Bandar Lampung.

3.2 Jenis Dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Data Primer

Data yang diperoleh dan dikumpulkan dengan cara melakukan penelitian pada objek penelitian dengan teknik wawancara dengan beberapa responden melalui pertanyaan yang telah ditentukan guna mendapatkan data yang berkaitan dengan masalah sebagai langkah awal penelitian dan kemudian untuk diolah lebih lanjut.

Data sekunder

Adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data diperoleh dari masyarakat atau penduduk berjenis kelamin pria yang bertempat tinggal di kota Bandar Lampung. Data yang diperoleh dikumpulkan dari data tiap-tiap wilayah yang ada di kota Bandar Lampung yang di ambil secara random.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (20012:61). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berjenis kelamin laki-laki di Bandar Lampung yang pernah menyaksikan iklan Vaseline Men Fash Wash.

3.3.2 Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah metode pengambilan sampel yang diambil berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan mendapatkannya. Alasan menggunakan metode ini adalah karena jumlah populasi tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel menggunakan salah satu dari metode *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel

dilakukan berdasarkan tujuan dan maksud peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu. Adapun beberapa kriteria adalah sebagai berikut :

- Sudah pernah melihat iklan Vaseline Men Face Wash yang dibintangi oleh Nazriel Irham minimal 2 kali.
- Konsumen yang sedang menggunakan dan atau pernah membeli Vaseline Men Face Wash.

Menurut Maholtra (2004), jumlah sampel yang diambil dalam penelitian minimal 4 atau 5 kali jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian, dengan demikian maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 responden, berdasarkan penghitungan ($12 \text{ pertanyaan} \times 5 = 60$). Sampel yang di ambil oleh peneliti berdasarkan hasil perhitungan kurang 100 responden, sedangkan menurut Sugiyono (2009), dari jumlah populasi peneliti akan mengambil sampel sebanyak 100 orang dari suatu populasi penduduk, maka peneliti menambahkan jumlah responden menjadi 100 orang.

3.4 Pengumpulan Data

Untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan, penulis membutuhkan data yang berkaitan dengan topik penelitian. Data yang relevan yang mencakup ruang lingkup menjadi acuan penulis untuk dapat memberikan gambaran secara menyeluruh tentang masalah yang diteliti. Pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Penelitian Lapangan

Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung berupa wawancara dengan responden guna memperoleh informasi yang terkait dengan objek penelitian.

2. Penelitian Kepustakaan

Yaitu penelitian yang dilakukan guna memperoleh pengetahuan dan landasan teori dari berbagai literatur, referensi dan hasil penelitian yang berhubungan dengan objek penelitian.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah pertanyaan terstruktur yang diisi sendiri oleh responden atau diisi oleh pewawancara yang membacakan pertanyaan dan kemudian mencatat jawaban yang diberikan.

Pertanyaan yang akan diberikan pada kuesioner ini adalah pertanyaan menyangkut fakta dan pendapat responden, sedangkan kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner tertutup, dimana responden diminta menjawab pertanyaan dan menjawab dengan memilih dari sejumlah alternatif. Keuntungan bentuk tertutup ialah mudah diselesaikan, mudah dianalisis, dan mampu memberikan jangkauan jawaban.

4. Wawancara terstruktur

Wawancara terstruktur adalah wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya.

Pertanyaan yang sama diajukan kepada semua responden, dalam kalimat dan urutan yang seragam (Sulistyo-Basuki, 2006: 110). Keuntungan metode ini adalah mampu memperoleh jawaban yang berkualitas.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Variabel penelitian merupakan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pemustaka layanan *hotspot* dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (X), yaitu bintang iklan, dengan indikator :
 - Daya tarik
 - Kepercayaan
 - Keahlian

2. Variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian, dengan indikator :
 - Keinginan melakukan pembelian.

Tabel Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
Bintang Iklan (X) Tokoh yang dikenal karena prestasi dalam bidang-bidang yang berbeda dari golongan produk yang didukungnya . Sumber: (Shimp,2003 :460)	Daya tarik Daya tarik meliputi keramahan, menyenangkan, fisik sebagai dimensi penting dari daya tarik. Sumber: (Shimp,2003: 464)	<ul style="list-style-type: none"> • Keramahan • Menyenangkan • Fisik 	- Tingkat keramahan - Tingkat kesenangan - Tingkat daya tarik fisik	Ordinal
	Kepercayaan Dipandang jujur, dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Sumber: (Shimp,2003: 470)	<ul style="list-style-type: none"> • Kejujuran • Dapat dipercaya • Dapat diandalkan 	- Tingkat kejujuran - Tingkat kepercayaan - Tingkat kehandalan	
	Keahlian Mengacu pda pengetahuan, pengalaman, yang berhubungan dengan iklan. Sumber : (shimp,2003: 464)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan • Pengalaman • keterampilan 	- Tingkat pengetahuan - Tingkat pengalaman - Tingkat keterampilan	

<p>Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>Tahap pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk atau jasa.</p> <p>Sumber: (kotler &keller, 2009:117)</p>		<p>➤ Memutuskan untuk membeli Vaseline Men Face Wash.</p>	<p>Melakukan pembelian karena daya tarik bintang iklan.</p>	Ordinal
		<p>➤ Memutuskan untuk membeli Vaseline Men Face Wash.</p>	<p>Melakukan pembelian karena percaya terhadap bintang iklan.</p>	
		<p>➤ Memutuskan untuk membeli Vaseline Men Face Wash.</p>	<p>Melakukan pembelian karena keahlian bintang iklan.</p>	

3.6 Uji Validitas Dan Reabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012 : 2) definisi valid adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Berdasarkan definisi diatas, maka validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan diinginkan dengan tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Penelitian ini menggunakan faktor analisis melalui program SPSS versi 20, pernyataan dikatakan valid apabila faktor loading di atas 0,5.

3.6.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari sutau variabel. Menurut Ferdinand (2006 : 372), sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan disebut *reliabel* atau terpercaya apabila instrumen itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabelitas kuisisioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*, yaitu:

- a. Apabila koefisien *Cronbach Alpha* > taraf 0,6 maka kuisioner tersebut *reliabel*.
- b. Apabila koefisien *Cronbach Alpha* < taraf 0,6 maka kuisioner tersebut tidak *reliabel*.

Menurut Hasan (2006: 15) reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya, yaitu apabila alat ukur digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain tetap memberikan hasil yang sama. Jadi reliabilitas adalah seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama.

Reliabilitas mengandung 3 makna yaitu:

1. Tidak berubah-ubah,
2. Konsisten,
3. Dapat diandalkan.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif.

3.7.1 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah riset yang cara pengolahan datanya tidak dikuantifikasi atau tidak dihitung dan tidak menggunakan analisis matematis. Penelitian ini

menggunakan analisis kuantitatif agar lebih memahami keputusan pembelian Vaseline Men Face Wash. Selain itu, dalam metode analisis kuantitatif menggunakan kuesioner yang didalamnya memuat pertanyaan-pertanyaan terbuka sehingga data yang dihasilkan lebih kaya, manusiawi, tajam, dan sering kali lebih membuka wawasan.

3.7.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah riset yang cara pengolahan datanya dihitung menggunakan analisis sistematis. Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda. Uji regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Menurut Sugiono (2006), uji regresi linier berganda dapat dilihat dalam persamaan berikut:

$$\text{Simultan : } Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y = variabel terikat yaitu keputusan pembelian

a = konstanta

$b_1 - b_3$ = koefisien regresi variabel bebas ke-1 sampai ke-3

x_1 = Daya Tarik

x_2 = Kepercayaan

x_3 = Keahlian/Bakat

e = Standar Error

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu daya tarik (X1), kepercayaan (X2), dan keahlian (X3) bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$

Hipotesis statistiknya yaitu:

Ho = Variabel X tidak ada pengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Ha = Variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y

Dengan kriteria :

- a. Ho tidak didukung dan Ha didukung, jika nilai F hitung < F tabel.
- b. Ho didukung dan Ha tidak didukung, jika nilai F hitung > F tabel.

3.8.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel daya tarik (X1), kepercayaan (X2), dan keahlian (X3) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$

Dengan Hipotesis :

- a. Bila nilai F hitung $>$ F tabel, maka (H_0) tidak didukung dan mendukung alternatif (H_a) yang berarti ada pengaruhnya antara variabel bebas dan variabel terikat.
- b. Bila nilai F hitung $<$ F tabel, maka (H_0) didukung dan tidak mendukung alternatif (H_a) yang berarti tidak ada pengaruhnya antara variabel bebas dan variabel terikat.