

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survei yang dilakukan untuk mengetahui tanggapan responden tentang kredibilitas seorang endorser yang dimiliki oleh Raisa Andriana sebagai endorser dalam iklan Pond's White Beauty. Penelitian ini dilakukan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari seluruh objek yang diteliti. Sampel adalah besaran karakteristik tertentu dari sebagian populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasi. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta. Penentuan sample dilakukan pada beberapa Mahasiswi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (UII) angkatan 2013. Pada penelitian ini metode sampling yang digunakan adalah *non probability* sampling dengan teknik pengambilan sampel *convinence sampling* sehingga peneliti memilih responden berdasarkan yang paling mudah ditemui atau didapatkan. Dalam menentukan jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10 (Ferdinand, 2006). Jumlah sampel minimum untuk penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel minimum} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 23 \times 5 \\ &= 115 \text{ responden}\end{aligned}$$

Dengan mengacu pada pendapat tersebut dan berdasarkan pertimbangan yang telah dikemukakan, maka jumlah yang dipakai dalam penelitian ini mengambil 125 sampel.

### **3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh peneliti langsung dari objek penelitian (responden). Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode angket atau kuisisioner. Angket adalah pertanyaan formal secara konsisten, terangkai dan tertulis yang ditujukan untuk memperoleh informasi dari responden. Pada penelitian ini data diperoleh dengan menyebarkan instrumen penelitian atau kuisisioner kepada responden yang telah ditetapkan. Isi kuisisioner pengumpulan data pada penelitian ini menjadi lima bagian yaitu sebagai berikut :

Bagian I : Berisi pertanyaan tentang daya tarik yang dimiliki Raisa Andriana sebagai endorser.

Bagian II : Berisi pertanyaan tentang kepercayaan yang dimiliki Raisa Andriana sebagai endorser.

Bagian III : Berisi pertanyaan tentang keahlian yang dimiliki Raisa Andriana sebagai endorser.

Bagian IV : Berisi pertanyaan tentang sikap konsumen terhadap iklan.

Bagian V : Berisi pertanyaan tentang minat beli pada produk Pond's White Beauty.

### **3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian**

Penelitian ini melibatkan lima variabel yaitu, *attractivness*, *trustworthiness*, *expertise*, *attitude toward advertise*, *purchase intention*. Pengukuran kelima variabel tersebut mengacu kepada instrument penelitian yang dikembangkan oleh Ishak (2008).

#### **3.4.1 Daya Tarik (*Attractiveness*)**

Ishak (2008) menyatakan endorser yang mempunyai daya tarik lebih mampu mendorong munculnya niat beli audiennya dari pada yang kurang mempunyai daya pikat. Daya tarik adalah variabel independen yang mempengaruhi sikap konsumen dan minat beli. Sesuai dengan penelitian sebelumnya Ishak (2008) dan dengan menambah beberapa indikator variabel. Indikator dari variabel daya tarik yang bisa diambil adalah :

- Menarik
- Berkarisma
- Elegan
- Berkelas
- Cantik

#### **3.4.2 Kepercayaan (*Trustworthiness*)**

Erdogan, et.al (Rodriguez, 2008) menyatakan bahwa informasi dari sumber yang dapat dipercaya dapat mempengaruhi keyakinan, pendapat, sikap, dan perilaku konsumen melalui proses yang disebut internalisasi. Kepercayaan merupakan variabel independen yang mempengaruhi sikap konsumen dan minat beli. Sesuai dengan penelitian sebelumnya Ishak (2008) dan dengan menambah beberapa indikator variabel. Indikator dari variabel kepercayaan yang bisa diambil adalah :

- Dapat diandalkan
- Jujur
- Tulus
- Dapat dipercaya
- Terkenal

### **3.4.3. Keahlian (*Expertise*)**

Keahlian menurut Ermec, et.al. (2014) adalah endorser dianggap memiliki cukup pengetahuan, pengalaman atau keterampilan untuk mempromosikan produk lewat iklan, dan keahlian juga menggambarkan seorang endorser dianggap mampu menjadi sumber yang valid dalam menyampaikan pesan. Endorser yang memiliki pengetahuan cukup bagus dan pengalaman tentang produk yang diiklankan, dapat memunculkan sikap positif dari konsumen dan niat konsumen untuk membeli produk. Ishak (2008) Keahlian merupakan variabel independen yang mempengaruhi sikap konsumen dan minat beli. Indikator variabel yang digunakan ialah :

- Keahlian
- Pengalaman
- Pengetahuan
- Kualitas
- Keterampilan

#### **3.4.4 Sikap terhadap Iklan (*attitude toward the Ad*)**

Biehal, et.al (1992) mendefinisikan sikap terhadap iklan (*attitude toward the Ad*) sebagai suatu kecenderungan untuk merespon dengan cara yang baik atau tidak baik suatu stimuli iklan tertentu dalam suatu situasi eksposur tertentu. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Ishak (2008), Indikator variabel yang digunakan ialah :

- Dapat dipercaya
- Kreatif
- Menarik
- Informatif
- Kualitas baik

#### **3.4.5 Minat Beli (*Purchase Intention*)**

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecendrungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat (*intention*) merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap atau variabel lainnya. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Ishak (2008), Indikator variabel yang digunakan ialah :

- Mencari tahu
- Mempertimbangkan
- Membeli

Kelima variabel diatas dalam penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu skala

yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap butir yang menggunakan produk atau jasa. Pada skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas dari perasaan mereka, dalam arti mengharuskan responden menemukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai objek stimulus. Dalam penilaian jawaban dapat dibedakan menjadi lima tingkatan mulai dari yang paling rendah yaitu sangat tidak setuju (1) sampai dengan tingkat yang paling tinggi yaitu sangat setuju (5).

1. Skor 1 untuk penilaian Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Skor 2 untuk penilaian Tidak Setuju (TS)
3. Skor 3 untuk penilaian Netral (N)
4. Skor 4 untuk penilaian Setuju (S)
5. Skor 5 untuk penilaian Sangat Setuju (SS)

### **3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Angket untuk penelitian ini perlu dilakukannya pengujian validitas dan reliabilitas untuk menentukan bahwa pernyataan dalam angket yang digunakan telah mampu mengukur variabel penelitian dan konsisten. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2005). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005). Item Pertanyaan valid apabila memiliki nilai probabilitas tingkat kesalahan  $< 5\%$  (0,05). Untuk memudahkan perhitungan, pada penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* yang akan menunjukkan semakin tinggi korelasi semakin valid

instrument pengukuran tersebut, demikian juga sebaliknya. Serta pengujian validitas angket dilakukan dengan menggunakan metode *correlated item-total correlation*.

Menurut Ghozali (2005) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuisioner, dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran sekali saja merupakan cara yang akan digunakan dalam uji reliabilitas. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2005).

### **3.6 Metode Analisis data**

#### **3.6.1 Analisis Regresi**

Analisis regresi linier digunakan untuk peramalan, dimana dalam model terdapat variabel independent X dan variabel dependent Y. Regresi linier yaitu menentukan satu persamaan dan garis yang menunjukkan hubungan antara variabel independent dan variabel dependent, yang merupakan persamaan penduga yang berguna untuk menaksir/meramalkan variabel dependent (Sugiyono, 2007). Untuk mempelajari hubungan-hubungan antara beberapa variabel, analisis ini terdiri dari dua bentuk, yaitu :

1. Analisis Regresi Sederhana (Simple Linear Regresion)
2. Analisis Regresi Berganda (Muliple Linear Regesion)

### 3.6.1.1 Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana merupakan satu prosedur untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara variabel dependent tunggal dengan variabel independent tunggal. Regresi linear sederhana hanya ada satu peubah bebas X yang dihubungkan dengan satu pengubah tak bebas Y (Sugiyono, 2007). Bentuk-bentuk model umum regresi sederhana menunjukkan antara dua variabel, yaitu variabel X sebagai variabel independent dan variabel Y sebagai variabel dependent adalah :

Uji Regresi Linier Sederhana

$$Y = a + bX$$

Yaitu sikap terhadap iklan berpengaruh pada minat beli

Keterangan :

- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X = Sikap terhadap iklan
- Y = Minat beli

### 3.6.1.2 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah analisis regresi yang menjelaskan hubungan antara peubah respon (variabel dependent) dengan faktor-faktor yang mempengaruhi lebih dari satu prediktor (variabel independent). Regresi linier berganda hampir sama dengan regresi linier sederhana, hanya saja pada regresi linier berganda variabel penduga (independent) lebih dari satu (Sugiyono, 2007). Tujuan analisis regresi berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih dengan memuat perkiraan nilai Y atas



nilai X. Bentuk persamaan regresi linear berganda yang mencakup dua atau lebih variabel yaitu :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3$$

Yaitu daya tarik, kepercayaan, dan keahlian berpengaruh terhadap sikap terhadap iklan.

Keterangan :

- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X1 = Variabel daya tarik
- X2 = Variabel kepercayaan
- X3 = Variabel keahlian
- Y = Sikap terhadap iklan

### 3.6.1.3 Koefisien Determinan

Uji koefisien determinan ( $R^2$ ) pada intinya untuk mengetahui besarnya pengaruh semua variabel independen (x) terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2005). Dengan melakukan pengelolaan data melalui program SPSS. Koefisien determinan ( $R^2$ ) adalah angka yang menunjukkan persentase (proporsi) variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel-variabel independen, atau dari 100% variabel-variabel yang berpengaruh terhadap variabel terkait, sekian persen dipengaruhi oleh variabel independen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui karena belum dimasukkan dalam data. Semakin besar nilai  $R^2$  maka semakin baik model tersebut.

#### 3.6.1.4 Koefisien Determinan Parsial

Koefisien determinan parsial digunakan untuk mengetahui sumbangan variabel bebas (x) secara parsial terhadap variabel terikatnya (Y). Nilai koefisien determinan parsial dapat dicari dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (r) parsial yang diperoleh dengan perhitungan SPSS. Variabel bebas yang mempunyai  $r^2$  yang paling besar, menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikatnya.

### 3.7 Uji Asumsi Klasik

#### 3.7.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2005). Kriteria penentuan bebas atau tidaknya model regresi linier berganda tersebut dari multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* (Ghozali, 2005). Prosedur pengujian multikolinieritas adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis operasional

Ho : Tidak ada pengaruh multikolinieritas

Ha : Ada pengaruh multikolinieritas

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:

Ho diterima jika VIF <10 dan toleransi > 0,1

Ho ditolak jika VIF  $\geq$ 10 dan toleransi  $\leq$  0,1

3. Menghitung nilai VIF dan toleransi

Perhitungan nilai VIF dan toleransi dilakukan dengan menggunakan program SPSS

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir (2) dan (3)

### 3.7.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2005). Apabila varians dari residual atau pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2005). Uji heterokedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot atau nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Deteksi adanya heterokedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada scatterplot. Langkah pengujian heterokedastisitas adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis operasional :

Ho : Tidak ada pengaruh heterokedastisitas pada model regresi berganda

Ha : Ada pengaruh heterokedastisitas pada model regresi berganda

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis :

Ho : diterima jika residual pada gambar scatterplot terlihat menyebar secara acak.

Ho : ditolak jika residual pada gambar scatterplot tidak terlihat menyebar secara acak

3. Membuat gambar scatterplot

Pembuatan gambar scatterplot dilakukan dengan menggunakan program SPSS

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir (2) dan (3)

### **3.7.3 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2005). Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas pada penelitian ini dengan menggunakan uji Kolmogorov - Smirnov. Residual berdistribusi normal bila tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05. Langkah pengujian normalitas sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis operasional :  
Ho : data residual berdistribusi normal  
Ha : data residual tidak berdistribusi normal
2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis :  
Ho : diterima jika tingkat signifikansi  $\geq 0,05$   
Ho : ditolak jika tingkat signifikansi  $< 0,05$
3. Penghitungan taraf signifikansi menggunakan program SPSS
4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir (2) dan (3)

### **3.8 Uji Hipotesis**

#### **3.8.1 Uji F (Uji serentak)**

Pengujian ini adalah untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama

terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, digunakan uji regresi linier berganda. Cara melakukan uji F adalah :

1. Membuat formulasi hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh positif dari variabel independen (Daya tarik, Kepercayaan, dan Keahlian) secara serentak terhadap variabel dependen (Sikap Terhadap Iklan).

Ha : Ada pengaruh positif dari variabel independen (Daya tarik, Kepercayaan, dan Keahlian) secara serentak terhadap variabel dependen (Sikap Terhadap Iklan).

2. Menentukan taraf signifikansi ( $\alpha$ ).

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05

3. Menggunakan pendekatan statistika yang digunakan kriteria pengujian.

Jika nilai signifikan  $\geq \alpha$  Ho diterima Ha ditolak.

Jika nilai signifikan  $< \alpha$  Ho ditolak Ha diterima.

4. Menggunakan perhitungan dengan pendekatan alat statistika yaitu dengan program SPSS.

5. Pengambilan kesimpulan merujuk pada langkah ke-3 dan ke-4.

### 3.8.2 Uji t (Uji parsial)

Merupakan pengujian variabel independen (x) secara parsial (individu) terhadap variabel dependen (Y) yang dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal

ini, digunakan uji regresi linier berganda. Langkah-langkah pengujiannya dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Membuat formulasi hipotesis

Ho : tidak ada pengaruh positif secara parsial dari variabel independen (Daya tarik, Kepercayaan, dan Keahlian) terhadap variabel dependen (Sikap Terhadap Iklan).

Ha : ada pengaruh positif secara parsial dari variabel independen (Daya tarik, Kepercayaan, dan Keahlian) terhadap variabel dependen (Sikap Terhadap Iklan).

2. Menentukan taraf signifikansi ( $\alpha$ )

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05

3. Menggunakan pendekatan statistika yang digunakan kriteria pengujian.

Jika nilai signifikan  $\geq \alpha$  Ho diterima Ha ditolak.

Jika nilai signifikan  $< \alpha$  Ho ditolak Ha diterima.

4. Menggunakan perhitungan dengan pendekatan alat statistika yaitu dengan program SPSS.

5. Pengambilan kesimpulan merujuk pada langkah ke-3 dan ke-4.