

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta dilindungi IBI KKI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Scarlett Whitening. Subjek pada penelitian ini adalah responden pengguna produk Scarlett Whitening di Jakarta yang menggunakan media sosial Instagram dan pernah melihat promosi/*endorse* produk Scarlett Whitening. Dikarenakan banyaknya jumlah pengguna Scarlett Whitening, maka peneliti melakukan penyebaran kuesioner dengan cara *google form* hal ini juga dapat mengurangi biaya serta menghemat waktu.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146-152), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bisa ditinjau dengan delapan perspektif yang berbeda, antara lain:

(1) **Tingkah perumusan masalah** (*degree of research question crystallization*)

Penelitian ini termasuk dalam penelitian formal, karena penelitian ini dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan-pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain penelitian formal adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan.

(2) **Metode pengumpulan data** (*method of data collection*)

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara komunikasi yaitu menyebarkan kuesioner melalui *google form* yang berisi daftar pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian, yaitu kredibilitas *celebrity endorser*, kualitas produk dan minat beli Scarlett Whitening kepada responden.





Kemudian, peneliti akan mengumpulkan jawaban dari daftar pertanyaan dalam kuesioner tersebut.

(3) Pengendalian variabel-variabel oleh peneliti (*research control of variables*)

Penelitian ini menggunakan desain laporan sesudah fakta (*ex post facto*), yakni penyelidikan empiris yang sistematis dimana peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel bebas secara langsung karena eksistensi dari variabel tersebut telah terjadi atau yang sedang terjadi.

(4) Tujuan penelitian (*the purpose of the study*)

Penelitian ini menggunakan metode kausal sebab akibat, yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antar variabel-variabel yang akan diteliti.

(5) Dimensi waktu (*the time dimension*)

Penelitian ini merupakan penelitian yang *cross-sectional*, dimana penelitian hanya dilakukan sekali dan mewakili satu periode tertentu.

(6) Ruang lingkup topik bahasan (*the topical scope*)

Penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis di dalam studi ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik SPSS.

(7) Lingkungan penelitian (*the research environmen*)

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual atau penelitian lapangan, dimana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan yang nyata dan sebenarnya.

(8) Persepsi subjek (*participants perceptuan awareness*)

Hasil kesimpulan dari penelitian ini akan bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian dimana persepsi subjek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Oleh karena itu, penulis



berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian untuk menghindari persepsi negatif terhadap penelitian yang sedang penulis lakukan.

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dilindungi Undang-Undang

Desain penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah desain eksploratif dengan metode penelitian eksploratif serta dengan pendekatan komunikasi yang menggunakan survei, yaitu dengan menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pernyataan kepada responden mengenai variabel dalam penelitian kemudian mengumpulkan jawaban dari pernyataan dalam kuesioner tersebut. Desain eksploratif ini bertujuan untuk mencari tahu, meneliti, menggambarkan, menganalisis, dan mengambil kesimpulan tentang gejala atau fenomena tertentu dalam penelitian. Desain dan metode eksploratif dipilih oleh penulis karena sesuai dengan tujuan peneliti yang ingin mengetahui dan diharapkan memberikan gambaran mengenai pengaruh kredibilitas *celebrity endorser* dan kualitas produk terhadap minat beli Scarlett Whitening.

C. Variabel Penelitian

Menurut (Sekaran dan Bougie, 2017:77), Variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda.

1. Variabel Dependen dan Variabel Independen:

a. Variabel Terikat (*dependent variabel*)

Merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Tujuan penelitian adalah untuk memahami dan mendeskripsikan variabel terikat, atau menjelaskan variabilitasnya atau memperdiksinya. Dengan kata lain, variabel terikat merupakan variabel utama yang sesuai dalam investigasi. Melalui analisis variabel terikat (misalnya, menemukan apakah variabel yang memengaruhinya),

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



maka terdapat kemungkinan untuk menemukan jawaban atau solusi atas masalah tersebut. Untuk tujuan ini, peneliti akan tertarik untuk mengidentifikasi dan mengukur variabel terikat, sama seperti variabel lain yang mempengaruhi variabel tersebut.

Variabel bebas (*independent variabel*)

Secara umum dianggap bahwa variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang memengaruhi variabel terikat, baik secara positif atau negatif. Yaitu, jika terdapat variabel bebas, variabel terikat juga hadir dan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas, terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam terikat. Dengan kata lain, varians dalam variabel terikat disebabkan oleh variabel bebas. Untuk menemukan bahwa perubahan dalam variabel terikat disebabkan perubahan dalam variabel terikat, semua empat kondisi berikut ini harus terpenuhi:

- (1) Variabel bebas dan variabel terikat harus berubah bersama-sama: dengan kata lain, perubahan dalam variabel terikat harus dihubungkan dengan perubahan pada variabel bebas.
- (2) Variabel bebas (faktor kausal yang diyakini) harus mendahului variabel terikat. Dengan kata lain, harus terdapat urutan waktu ketika keduanya terjadi: penyebab harus terjadi sebelum akibat (pengaruh).
- (3) Seharusnya tidak ada faktor lain menjadi kemungkinan penyebab perubahan dalam variabel terikat. Sehingga, peneliti harus mengendalikan pengaruh dari variabel yang lain.
- (4) Penjelasan yang logis (teori) diperlukan dan harus menjelaskan mengapa variabel bebas memengaruhi variabel terikat.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian ini, yaitu Kredibilitas *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk (Variabel Independen), dan Minat Beli (Variabel Dependen). Indikator dan item pernyataan setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

a) Kredibilitas *Celebrity Endorser* (X1)

Tabel 3.1
Butir Pernyataan Kredibilitas *Celebrity Endorser*

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> (X1) Nyoman, Ni Ketut (2018) & Naufal (2019)	<i>Trustworthiness</i> (Kepercayaan)	Selebriti dapat dipercaya dan jujur dalam menyampaikan iklan produk Scarlett Whitening Selebriti dapat diandalkan untuk menjadi endorser	Interval
	<i>Expertise</i> (Keahlian)	Selebriti tersebut dapat meyakinkan bahwa produk Scarlett Whitening berkualitas baik Selebriti memiliki keterampilan dalam membintangi iklan Scarlett Whitening	Interval
	<i>Attractiveness</i> (Daya tarik)	Selebriti memiliki daya tarik dalam membintangi iklan Scarlett Whitening Selebriti yang digunakan Scarlett Whitening memiliki kecocokan karakteristik saya(etnis, umur, <i>gender</i>)	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b) Kualitas Produk (X2)

Tabel 3.2
Butir Pernyataan Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Kualitas Produk (X2) Diadaptasi menurut Kotler & Keller (2016:393-394)	<i>Form</i> (Bentuk)	Penampilan produk Scarlett Whitening sangat menarik	Interval
	<i>Features</i> (Ciri-ciri produk)	Produk Scarlett Whitening memiliki kemasan yang unik	Interval
	<i>Perfomance</i> (Kinerja)	Scarlett Whitening menggunakan kandungan yang berkualitas	Interval
	<i>Conformance</i> (Ketepatan/kesesuaian)	Produk Scarlett Whitening memberikan efek yang sesuai dengan yang ditawarkan	Interval
	<i>Durability</i> (Ketahanan)	Kualitas produk Scarlett Whitening tetap bagus dari awal pembelian	Interval
	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Produk Scarlett Whitening memberikan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu	Interval
	<i>Style</i> (Gaya)	Produk Scarlett Whitening menampilkan desain yang menarik dan berbeda dari produk lain	Interval
	<i>Customization</i> (Kostumisasi)	Scarlett Whitening menyediakan produk yang sesuai dengan masalah kecantikan konsumen	Interval

©

Hak Cipta milik Sai Ka (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c) Minat Beli (Y)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.3
Butir Pernyataan Minat Beli

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Minat Beli (Y) Cindy Prescillia (2019)	Minat Eksploratif	Saya secara aktif mencari informasi mengenai produk Scarlett Whitening (dijual dimana, kelebihan dan kekurangan produk, harga)	Interval
	Minat Transaksional	Saya ingin segera memiliki atau membeli produk Scarlett Whitening	Interval
	Minat Preferensial	Saya memilih untuk membeli produk Scarlett Whitening sebagai pilihan utama saya	Interval

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden dengan pertanyaan mengenai Kredibilitas *celebrity endorser*, Kualitas produk dan Minat beli. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pertanyaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S= Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5.

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Sumber data menggunakan data primer yang terbentuk dari jawaban-jawaban atas penyebaran kuesioner kepada para responden yang pernah menggunakan produk dari Scarlett Whitening.

2. Pengumpulan data

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:170), terdapat tiga metode pengumpulan data yaitu kuesioner yang diberikan secara langsung, kuesioner melalui surat, dan kuesioner melalui surat elektronik.

Dalam penelitian ini teknik mengumpulkan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner melalui media elektronik berupa kuesioner *Google Form* kepada responden. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup.

3. Teknik Pengukuran Data

Pengukuran data kuesioner dapat dilakukan dengan skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.4
Jawaban Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

RS = Rentang skala penilaian

M = Skor tertinggi pada skala

m = Skor terendah pada skala

b = Jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$



© Hak Cipta milik IBI IKKG (Institute Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Keterangan:

R_s = Rentang skala penelitian

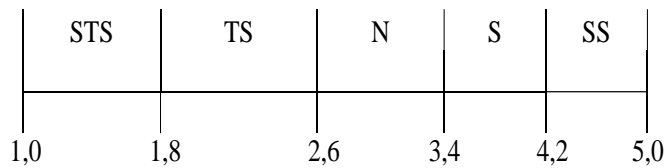
m = banyaknya kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$R_s = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

Gambar 3. 1

Rentan Skala



Keterangan:

1,0 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,6 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,4 = Netral (N)

3,41 – 4,2 = Setuju (S)

4,21 – 5,0 = Sangat Setuju (SS)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Teknik Pengambilan Sampel

Ⓒ Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:67), Elemen tidak memiliki peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai subjek. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Judgment Sampling*.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017: 68), Pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu atau *Judgment Sampling* digunakan untuk memperoleh jenis informasi yang diperlukan dari kelompok orang yang sangat spesifik dan hanya mereka yang memiliki fakta yang dibutuhkan serta dapat memberikan informasi yang dicari. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembagian kuesioner secara sistematis dengan perincian: kuesioner sebanyak ≥ 100 yang dibagikan kepada para responden yang menggunakan produk Scarlett Whitening di Jakarta.

F. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data, penulis menggunakan program SPSS untuk mempermudah proses perhitungan. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk membantu menganalisis data-data mendukung hasil penelitian ini, antara lain:

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.



Dalam pengambilan keputusan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan *Pearson Product Moment* dengan r tabel sebesar 0,361 (n=100, α=5%).

Peneliti menggunakan rumus Korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)[n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Korelasi

x = Skor tiap pertanyaan

y = Skor total

n = Jumlah responden

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:39), Reliabilitas (reliability) adalah suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (tanpa kesalahan) dan karena itu menjamin konsistensi pengukuran disepanjang waktu serta di berbagai poin pada instrument tersebut.

Menurut Ghozali (2018:45), suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[\frac{1 - \sum SB^2}{\sum ST^2} \right]$$

Keterangan:

r₁₁ = Reliabilitas internal seluruh instrument

K = Jumlah

sb² = Jumlah varian butir



$\sum xt^2$ = Varian total

3. Analisis Deskriptif

Tujuan analisis deskriptif menurut Ghozali (2018:19), analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan pertanyaan mengenai jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan. Analisis profil dilakukan dengan menghitung persentase dengan rumus:

$$\rho = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan:

ρ = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

fi = Banyaknya responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu

$\sum fi$ = Jumlah total responden

Rata-rata (*mean*)

Setelah kuesioner dikumpulkan, maka dilakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat rata-rata respon konsumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \sum \frac{fi \cdot xi}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = Skor rata-rata

Fi = Frekuensi pemilihan nilai

Xi = Skor 1,2,3,4,5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



n = Jumlah yang digunakan

Skala Likert

Skala likert digunakan untuk bertanya kepada responden, dengan skala ini responden ditanya untuk merespon setiap pertanyaan dan diminta untuk menjawab berdasarkan skala pengukuran. Setiap respon diberi skor numerik untuk mencerminkan bobot dari sikap persetujuan, dan nilai dapat dijumlahkan untuk mengukur sikap peserta secara keseluruhan. Skala likert menghasilkan data interval. Skala likert didesain untuk mengkaji seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju, rumus yang digunakan:

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala penelitian

m = Jumlah Skala

Sehingga rentang skala yang didapat adalah:

$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

Dalam setiap pertanyaan, skor nilai terendah 1 (satu) dan nilai tertinggi adalah 5 (lima) dari lima kategori penelitian. Maka rentang skala untuk penelitian data tersebut adalah:



1,00-1,80	➔	Sangat tidak setuju / Sangat tidak baik
1,81-2,60	➔	Tidak setuju / Tidak baik
2,61-3,40	➔	Cukup setuju / Cukup baik
3,41-4,20	➔	Setuju / Baik
4,21-5,00	➔	Sangat Setuju / Sangat baik

© Hak cipta milik IBI KKG (Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jawaban terbanyak dalam bentuk persentase dan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

fi = Jumlah responden yang menjawab satu jenis pertanyaan tertentu

$\sum fi$ = Jumlah total responden

a. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang digunakan dalam rata-rata tertimbang adalah:

$$X = \frac{\sum fi \cdot Xi}{n}$$

Keterangan:

fi = Frekuensi

Xi = Bobot nilai

$\sum fi$ = Jumlah responden

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



G. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2018:161), bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah residual yang mempunyai distribusi normal. Uji normalitas dapat diuji dengan uji Kolmogorov-Sminov.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Jika variabel *independent saling berkorelasi*, maka variabel–variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- (2) Jika nilai $VIF \geq 10$, maka terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dalam sebuah data, dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti menggunakan Uji Glejser, Uji Park, Uji White dan Uji Heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot pada output SPSS.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Kebanyakan data



cross section mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Dalam analisis statistik ada beberapa cara untuk yang bisa dilakukan sebagai upaya untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas:

- (1) Melihat grafik Scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di studentized.
- (2) Titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
- (3) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- (4) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- (5) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

H. Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi menurut Ghozali (2018:96), digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik yang berarti mempunyai distribusi probabilistik dan variabel independen/bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Rumus analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat beli

X₁ = Kredibilitas *Celebrity Endorser*

X₂ = Kualitas Produk

α = Konstanta

β₁ = Koefisien regresi variabel Kredibilitas *Celebrity Endorser*

β₂ = Koefisien regresi variabel Kualitas Produk

e = Error

a. Uji keberartian model (Uji F)

Menurut Ghazali (2018:98), Uji F bertujuan untuk menguji apakah semua variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah model layak digunakan atau tidak adalah:

- (1) Taraf signifikansi / Sig. F (α = 0,05)
- (2) Jika nilai Sig. F > 0.05 maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.
- (3) Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model layak untuk digunakan dalam penelitian

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat pada table coefficient pada kolom sig., dengan hipotesis sebagai berikut:

- (1) Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ho1: $\beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara Kredibilitas *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli.

Ha1: $\beta_1 > 0$, terdapat pengaruh positif antara Kredibilitas *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- (a) Jika $\text{sig-t} < 0.05$, maka tolak Ho atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif Kredibilitas *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli
- (b) Jika $\text{sig-t} > 0.05$, maka tidak tolak Ho atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif Kredibilitas *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

(2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli

Ho2: $\beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli

Ha2: $\beta_2 > 0$, terdapat pengaruh positif antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- (a) Jika $\text{sig-t} < 0.05$, maka tolak Ho atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif Kualitas Produk terhadap Minat Beli.
- (b) Jika $\text{sig-t} > 0.05$, maka tidak tolak Ho atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif Kualitas Produk terhadap Minat Beli.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97), Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen terbatas untuk menjelaskan variabel dependen sedangkan nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel terikat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

- 1) $R^2 = 0$, yang berarti variabel bebas (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).
- 2) $R^2 = 1$, yang berarti variabel bebas (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.