

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek / Subyek Penelitian

Obyek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam penelitian (Sugiyono, 2012). Obyek dalam penelitian ini adalah Produk Mie Sedaap *White Curry*. Sedangkan Subyek yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di Kota Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden yang dijadikan sampel penelitian. Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban responden atas pertanyaan yang terkait dengan variabel-variabel yang diteliti.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai karakteristik yang relatif sama yang dianggap dapat mewakili populasi. Hair *et al* (2010) merekomendasikan ukuran sampel minimal 100 sampai 200 sampel dengan 5 hingga 20 kali jumlah indikator yang diestimasi. Peneliti mengambil sebanyak 100 responden untuk dijadikan sampel. Pengambilan sampel menggunakan

metode *purposive sampling*, yaitu mengambil sampel dari populasi berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti, yang meliputi mahasiswa yang berada di kota Yogyakarta khususnya yang pernah mengkonsumsi Mie Sedaap *White Curry* dalam kurun waktu 1 tahun terakhir serta pernah melihat iklan Mie Sedaap *White Curry* yang tayang di televisi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan *surveymenggunakan* kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan tertulis yang diajukan kepada responden. Kuesioner yang disebarakan berupa daftar pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden mengenai persepsi tentang keputusan pembelian Mie Sedaap *White Curry*. Dengan metode *survey* 100 responden. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert adalah sebuah pernyataan dimana responden diminta untuk menjawab dengan memberikan jawaban setuju atau tidak setuju. Adapun skala dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Instrumen Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Persepsi Pada Iklan (X_1)	Persepsi pada iklan dalam penelitian ini adalah penilaian konsumen mengenai iklan Mie Sedaap yang ditayangkan di televisi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Original 2. Asli 3. Tidak meniru 4. Iklan yang mencengangkan 5. Tidak terduga 6. Tidak disangka-sangka 7. Penuh arti 8. Mudah dipahami 	Natalia Soesatyo (2013)
<i>Celebrity Endorser</i> (X_2)	<i>Celebrity endorser</i> merupakan pendukung iklan atau juga yang dikenal sebagai bintang iklan yang mendukung produk yang diiklankan (Shimp, 2003)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Source Credibility</i> 2. <i>Source Attractiveness</i> 3. <i>Source Power</i> 	Natalia Soesatyo (2013)
Keputusan Pembelian (Y)	Pengambilan keputusan pembelian merupakan suatu proses evaluasi yang dilakukan konsumen dalam memecahkan masalah yang dihadapi dalam pemilihan produk, keputusan dua seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih (Schiffman dan Kanuk, 2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kemantapan membeli 3. Sesuai kebutuhan 	Haubl (1996)

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2013). Instrumen yang dilakukan adalah kuesioner yang telah diuji validitasnya, berisikan pernyataan tertutup yang telah disediakan jawaban sehingga responden dapat memilih yang paling sesuai dengan yang dirasakannya. Uji kualitas instrumen dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Validitas (*Validity*)

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada responden. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan yang disebutkan di dalamnya dapat mewakili sesuatu yang akan diukur pada penelitian tersebut. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode korelasi *pearson* dengan derajat kesalahan yang ditoleransi $\alpha = 5\%$. Bila signifikansi hasil korelasi $<0,05$ (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya apabila signifikansi hasil korelasi $>0,05$ (5%) maka dinyatakan tidak valid (Sekaran, 2011).

2. Uji Reliabilitas (*Reliability*)

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relatif sama maka instrumen tersebut dapat dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Pengujian reliabilitas

dapat dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha* yang kemudian diaplikasikan dengan komputer pada program SPSS. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* >0,60 (Hair *et al*, 2010).

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Analisis data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, yaitu metode analisis yang melibatkan variabel dependen (Y) dengan dua variabel independen (X). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh variabel independen (Persepsi Pada Iklan dan *CelebrityEndorser*) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Persepsi Pada Iklan

X₂ = *CelebrityEndorser*

b₁b₂ = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel

e = *error*

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen (Persepsi Pada Iklan dan *CelebrityEndorser*) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Pengujian ini terdiri dari uji F hitung (uji simultan) dan uji t hitung (uji parsial).

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan melihat taraf signifikansi yang ditetapkan (0,05). Jika signifikansi F hitung lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi dari nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan taraf signifikansi yang ditetapkan, yaitu sebesar 0,05. Jika tingkat signifikansi t hitung lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya

variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 yang diperoleh mendekati nol berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas/rendah. Sebaliknya jika nilai yang diperoleh R^2 mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).