

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Penelitian yang baik serta dapat dipertanggung-jawabkan, merupakan penelitian yang memiliki kejelasan mengenai objek yang diteliti, subjek yang diteliti, tempat penelitian, cara penelitian yang akan dilakukan, waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian dan juga hal lainnya yang akan menunjang data dari penelitian tersebut. Dari pernyataan tersebut, maka dalam bab ini akan dijelaskan objek dan metode penelitian sehingga akan didapatkan sebuah data dan hasil yang relevan dari proses penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menguji bagaimana pengaruh *celebrity endorser* pada Instagram terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas (*independent variable*), yaitu *celebrity endorser* pada Instagram yang terdiri dari 5 indikator yakni, *trustworthiness*, *expertise*, *physical attractiveness*, *respect* dan *similarity* serta satu variabel terikat (*dependent variable*), yaitu keputusan pembelian yang terdiri dari 4 dimensi keputusan pembelian yakni, pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian dan penentuan waktu pembelian. Adapun subjek penelitian ini adalah perusahaan sepatu *online*, Walk in Summer. Alasan memilih subjek penelitian tersebut adalah masih adanya penurunan penjualan yang terjadi pada perusahaan Walk in Summer, meskipun perusahaan telah berusaha memasarkan produk melalui berbagai cara. Responden yang akan diteliti oleh penulis adalah *netizen* yang pernah berbelanja di Walk in Summer dan juga yang mengenal *celebrity endorser* pada Instagram, Zahratul Jannah. Responden ini dipilih karena dinilai lebih merasakan dan berpengalaman mengenai efek dari penggunaan *celebrity endorser* pada Instagram perusahaan Walk in Summer. Untuk diteliti kembali bagaimana gambaran konsumen mengenai penggunaan Zahratul Jannah sebagai media promosi perusahaan, bagaimana gambaran konsumen yang pernah membeli produk pada perusahaan Walk in Summer dan juga bagaimana pengaruh penggunaan *celebrity endorser* pada Instagram terhadap keputusan pembelian.

Time horizon yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *cross-sectional*, karena dilakukan dengan waktu sekali saja serta untuk mengetahui seberapa besar peranan kedua variabel digunakan metode *eksplanatory survey* untuk menggambarkan faktor-faktor penyebab dan mengungkapkan perilaku variabel penelitian.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan dalam melakukan penelitian, penggunaan metode penelitian yang tepat akan membantu peneliti untuk mencapai hal tersebut. Dengan metode penelitian, penulis akan menjelaskan bagaimana kondisi suatu variabel penelitian ataupun menjelaskan perbandingan antara variabel. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran dengan menggunakan konsep *celebrity endorser* pada Instagram, lalu seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Sugiyono (2012, hlm. 38), menyebutkan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua metode yang berbeda yaitu deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 39), penelitian deskriptif adalah penelitian yang berfungsi untuk mendeskriptifkan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan gambaran variabel penelitian dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi dan presentase. Melalui jenis penelitian deskriptif ini dapat diperoleh, yaitu gambaran dari *celebrity endorser* pada Instagram yang meliputi *trustworthiness*, *expertise*, *physical attractiveness*, *respect* dan *similarity*; dan juga gambaran keputusan pembelian yang meliputi pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, dan penentuan waktu pembelian.

Sugiyono (2012, hlm. 39) berpendapat bahwa, penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran data yang diperoleh lapangan yang telah

dikumpulkan. Penelitian ini menguji hubungan antara *celebrity endorser* pada Instagram (X) dengan keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan jenis penelitian di atas, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey*. *Explanatory survey* adalah suatu *survey* yang digunakan untuk menjelaskan perbandingan antar variabel melalui pengujian hipotesis, *survey* dilakukan dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data. Metode *survey* digunakan untuk mendapat data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisioner, *test*, wawancara terstruktur dan sebagainya.

Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat mengetahui langsung pendapat mengenai objek yang sedang diteliti karena peneliti terjun langsung ke lapangan dan menemui sampel dari keseluruhan populasi.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Arikunto (2010, hlm. 90) adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan di laksanakan. Desain penelitian merupakan rencana untuk melakukan studi yang akan digunakan sebagai pedoman dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Desain penelitian menjamin bahwa penelitian akan lebih relevan terhadap masalah yang diteliti.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara dua variabel yaitu *celebrity endorser* pada Instagram sebagai variabel bebas atau *independent variable* dan keputusan pembelian yang merupakan variabel terikat atau *dependent variable*.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Untuk persiapan pengolahan data, maka dibuat panduan operasional variabel, yang didalamnya membuat variabel *celebrity endorser* pada Instagram dan keputusan pembelian yang dapat dijadikan sebagai acuan kuisioner beserta indikator-indikator yang terkait, yang dibuat dalam bentuk Tabel 3.1

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Celebrity Endorser pada Instagram (X)	<i>Celebrity endorser</i> pada Instagram atau biasa dikenal dengan <i>celebgram</i> merupakan selebriti baru yang mulai muncul karena pemilik <i>online shop</i> di Instagram menggunakan mereka sebagai model produk mereka. (Lailatul, 2015)	1. <i>Trustworthiness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kejujuran <i>celebrity endorser</i> pada Instagram dalam menyampaikan pesan sepatu Walk in Summer. • Tingkat kepercayaan terhadap <i>celebrity endorser</i> pada Instagram dalam menyampaikan pesan sepatu Walk in Summer. 	Ordinal	1
		2. <i>Expertise</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat wawasan yang dimiliki <i>celebrity endorser</i> pada Instagram mengenai penyampaian pesan sepatu Walk in Summer. • Tingkat keterampilan yang dimiliki <i>celebrity endorser</i> pada Instagram dalam mempromosikan sepatu Walk in Summer. • Tingkat kemampuan <i>celebrity endorser</i> pada Instagram dalam mempromosikan sepatu Walk in Summer. 	Ordinal	2
					3
					4
		3. <i>Physical Attractiveness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik fisik dari <i>celebrity endorser</i> pada Instagram. • Tingkat daya tarik kepribadian <i>celebrity endorser</i> pada Instagram. 	Ordinal	5
					6
		4. <i>Respect</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepedulian <i>celebrity endorser</i> pada Instagram terhadap lingkungan disekitarnya. • Tingkat kepedulian <i>celebrity endorser</i> pada Instagram kepada konsumen Walk in Summer. 	Ordinal	7
					8
		5. <i>Similarity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian <i>celebrity endorser</i> pada Instagram dengan karakteristik perusahaan dalam menyampaikan pesan sepatu Walk in Summer. • Tingkat keberhasilan <i>celebrity endorser</i> pada Instagram dalam mempresentasikan <i>style</i> yang dimiliki untuk mempengaruhi konsumen. 	Ordinal	9
					10
					11

(Bersambung)

Tabel 3.1 (*Sambungan*)

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian (<i>purchase decision</i>) merupakan tahap evaluasi bagi konsumen untuk membentuk pilihan diantara merek yang ada dan membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai (Kotler dan Keller, 2012, hlm. 170)	1. Pemilihan Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keputusan memilih alas kaki berdasarkan fungsinya. 	Ordinal	12
		2. Pemilihan Merek	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat eksistensi merek Walk in Summer di instagram. • Tingkat keunggulan merek yang dimiliki Walk in Summer. 	Ordinal	13 14
		3. Pemilihan Saluran Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan mendapat sepatu Walk in Summer. • Tingkat kelengkapan persediaan sepatu Walk in Summer. 	Ordinal	15 16
		4. Penentuan Waktu Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keputusan membeli sepatu Walk in Summer berdasarkan kebutuhan. • Tingkat keputusan membeli sepatu Walk in Summer berdasarkan promo. 	Ordinal	17 18

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan penelitian. Dari sebuah data yang diperoleh akan ditarik kesimpulan yang merupakan hasil dari interpretasi. Maka dari itu, kejelasan sebuah data yang diperoleh juga sangat penting sehingga penelitian tersebut dapat dipertanggung-jawabkan. Gambaran tentang hal tersebut akan dijelaskan pada sub bab ini. Berdasarkan hal tersebut diperlukan beberapa informasi mengenai jenis data, sumber data yang diperoleh dan bagaimana teknik yang dilakukan untuk mendapatkan data tersebut.

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Sumber data diperlukan untuk menunjang terlaksananya penelitian dan sekaligus untuk menjamin keberhasilan penelitian tersebut. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 137), data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari perusahaan melalui

wawancara dengan salah satu karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 137), data sekunder merupakan data yang sumbernya tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini, peneliti hanya sekedar mencatat, mengakses dan meminta data tersebut ke pihak lain yang telah mengumpulkan data tersebut sebelumnya. Data sekunder yang didapat dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pencarian di internet, membaca buku literatur, membaca jurnal dan penelitian lainnya.

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Pertumbuhan Internet di Indonesia	Sekunder	APJII, 2015
2.	Pertumbuhan Media Sosial	Sekunder	Techinasia, 2015
3.	Pemanfaatan Media Sosial sebagai Transaksi Jual-Beli <i>Online</i>	Sekunder	Marketing, 2015
4.	Perkembangan Pengguna Instagram	Sekunder	Tekno Kompas, 2015
5.	Perilaku Pengguna Instagram	Sekunder	Open Survey Jajakpendapat.net
6.	15 Top Selebgram Indonesia	Sekunder	Tuliside.com, 2015
7.	Data Penjualan Walk in Summer 2010-2015	Primer	Wawancara Bagian Pemasaran Perusahaan Walk in Summer, 2015

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2016

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mendapatkan data, peneliti dapat melakukan beberapa cara yang dapat ditempuh. Masing-masing teknik pengumpulan data dilakukan berdasarkan data apa yang ingin diperoleh, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Observasi langsung

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan data tanpa ada standar pertolongan alat lain untuk keperluan tersebut.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang

harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2012, hlm. 137). Proses memperoleh keterangan untuk tujuan peneliti dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau koresponden dengan alat yang digunakan yang disebut *interview guied* (panduan wawancara).

c. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012, hlm. 142). Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

d. Studi Literatur/Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 80) populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi sasarannya adalah responden yang pernah membeli produk sepatu *online* Walk in Summer. Jumlah populasi yang diambil adalah banyaknya *followers* pada media sosial Instagram. Jumlah *followers* tentunya akan selalu bertambah hingga mencapai tak terhingga, maka dari itu, diambil jumlah *followers* Walk in Summer di Instagram, yaitu sebanyak 51.400 orang responden.



Gambar 3.1

Screenshot Jumlah Followers Walk in Summer (15 Desember 2015, 06:52)

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang diteliti. Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena absah tidaknya sampel bukan terletak pada besar atau banyaknya sampel yang diambil tetapi terletak pada sifat karakteristik sampel apakah mendekati populasi atau tidak. Dalam penentuan jumlah sampel, peneliti dengan rumus perhitungan slovin yaitu :

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

Dimana : n = Jumlah Sampel

N = Jumlah populasi

d = presesi (10%)

Maka dari rumus didapat hasil sebagai berikut :

$$n = \frac{51.400}{51.400(10\%)^2 + 1} = 99,80 \approx 100$$

3.5.2 Teknik Penarikan Sampel

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*. Teknik *non probability sampling* menurut Sugiyono (2012, hlm. 120) yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena seperti diungkapkan dalam Sugiyono (2012, hlm. 122) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* karena sampel yang dijadikan responden dengan sengaja dipilih sesuai karakteristik yang telah ditentukan dengan mencerminkan populasinya.

Alasan mengambil *purposive sampling* karena kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan dimana kriteria untuk sampel pada penelitian ini diantara lain adalah :

- Responden yang pernah membeli produk sepatu di Walk in Summer secara *online* maupun tidak.
- Responden yang mengenal *celebrity endorser* pada Instagram, Zahratul Jannah.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2010, hlm. 211), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atas kesahihan sesuatu instrumen. Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur itu mengukur apa yang ingin di ukur, sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran.

Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dan alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir dengan menggunakan rumus Korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Arikunto, 2010, hlm. 213})$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam jumlah Y

$\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas adalah menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan tidak valid apabila r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan *software SPSS 17.0 for windows*. Dengan menggunakan rumus dan langkah yang sama maka dapat dilakukan pengujian validitas untuk seluruh item yaitu sebanyak 14 item. Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden.

Tabel 3.3
Variabel X (*Celebrity Endorser* pada Instagram)

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
1.	Zahratul Jannah jujur dalam menyampaikan pesan mengenai sepatu Walk in Summer kepada masyarakat.	0,659	0,374	Valid
2.	Zahratul Jannah dipercaya masyarakat untuk menyampaikan pesan mengenai sepatu Walk in Summer.	0,868	0,374	Valid
3.	Zahratul Jannah berpengetahuan luas untuk mempromosikan sepatu Walk in Summer di media sosial instagram.	0,559	0,374	Valid
4.	Zahratul Jannah terampil mem-promosikan sepatu Walk in Summer di media sosial instagram.	0,792	0,374	Valid
5.	Zahratul Jannah mampu mem-promosikan dengan baik sepatu Walk in Summer di media sosial instagram.	0,657	0,374	Valid
6.	Zahratul Jannah memiliki penampilan yang menarik secara fisik.	0,830	0,374	Valid
7.	Zahratul Jannah memiliki kepribadian yang sesuai dengan produk sepatu Walk in Summer.	0,731	0,374	Valid
8.	Zahratul Jannah peduli dengan lingkungan tempat promosi sepatu Walk in Summer.	0,804	0,374	Valid
9.	Zahratul Jannah peduli dengan konsumen sepatu Walk in Summer.	0,703	0,374	Valid

(Bersambung)

Tabel 3.3 (*Sambungan*)

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
10.	Zahratul Jannah memiliki karakteristik yang sama dengan produk sepatu yang perusahaan Walk in Summer produksi	0,501	0,374	Valid
11.	Zahratul Jannah memiliki pengaruh kepada konsumen sepatu Walk in Summer dalam mempresentasikan style yang dimiliki.	0,844	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016 dengan IBM SPSS Statistics 17.0

Berdasarkan Tabel 3.3, dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan variabel X (*Celebrity Endorser* pada Instagram) pada kuisioner yang berjumlah 11 buah dinyatakan valid, karena setiap pertanyaan memiliki r hitung $\geq r$ tabel. Maka dari itu, setiap item pertanyaan yang ada pada Tabel 3.3 tersebut dapat dinyatakan sebagai alat ukur variabel yang akan diteliti.

Tabel 3.4
Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
1.	Memilih alas kaki sepatu karena fungsinya lebih banyak dibandingkan sandal.	0,376	0,374	Valid
2.	Memilih sepatu Walk in Summer karena eksistensi merek di Instagram.	0,690	0,374	Valid
3.	Memilih sepatu Walk in Summer karena keunggulan merek yang dimiliki.	0,721	0,374	Valid
4.	Memilih sepatu Walk in Summer karena kemudahan dalam mendapatkannya.	0,682	0,374	Valid
5.	Memilih sepatu Walk in Summer karena kelengkapan persediaannya.	0,598	0,374	Valid
6.	Membeli sepatu Walk in Summer karena tepat saat membutuhkan.	0,759	0,374	Valid
7.	Membeli sepatu Walk in Summer karena promo yang sedang berlangsung.	0,596	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016 dengan IBM SPSS Statistics 17.0

Berdasarkan Tabel 3.4, dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan variabel Y (Keputusan Pembelian) pada kuisioner yang berjumlah 7 buah dinyatakan valid, karena setiap pertanyaan memiliki r hitung $\geq r$ tabel. Maka dari itu, setiap item pertanyaan yang ada pada Tabel 3.4 tersebut dapat dinyatakan sebagai alat ukur variabel yang akan diteliti.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Setelah melalui tahap uji validitas kuisioner, kemudian pengujian dilanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu uji reliabilitas. Arikunto (2010, hlm. 211) menyatakan bahwa reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data tersebut menunjukkan tingkat ketetapan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda.

Dalam bukunya Suharsimi Arikunto (2010, hlm. 239) menyatakan bahwa Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Instrumen yang sudah dipercaya dan reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Uji reliabilitas dapat digunakan dengan rumus Alpha yang merupakan statistik paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas instrument penelitian, alternatif jawaban dari setiap pernyataan yang diajukan oleh peneliti berbentuk skala seperti 1-3, 1-5, 1-7 dan seterusnya atau jawaban yang menginterpretasikan penilaian sikap. Adapun rumus tersebut sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right) \text{ (Arikunto, 2010, hlm. 239)}$$

Dimana :

r = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir penyertaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Memberikan nomor pada angket yang masuk
 - b. Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 Skala Likert
 - c. Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan
 - d. Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden
 - e. Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya
2. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item $\sum \sigma_b^2$, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total (σ^{2t}) dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^{2t} = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \quad (\text{Suharsimi Arikunto 2012, hlm. 240})$$

Dimana:

$$\begin{aligned} \sigma^{2t} &= \text{Jumlah varians total} \\ \sum X^2 &= \text{Jumlah kuadrat skor total} \\ (\sum X)^2 &= \text{Jumlah kuadrat dari jumlah skor total} \\ N &= \text{Jumlah responden} \end{aligned}$$

3. Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, berarti item pernyataan dikatakan reliabel
- Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, berarti item pernyataan dikatakan tidak reliabel

Untuk secara teknis pengujian instrument dengan rumus-rumus yang ada diatas, menggunakan fasilitas *software SPSS 17.0 for windows* dengan hasil yang tercantum pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas
Variabel X (*Celebrity Endorser* pada Instagram) dan Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
1.	<i>Celebrity endorser</i> pada Instagram	0,908	0,70	Reliabel
2.	Keputusan Pembelian	0,744	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016 dengan IBM SPSS Statistics 17.0

Berdasarkan Tabel 3.5 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas variabel X dan Y adalah reliabel. Berdasarkan hasil pengujian instrument, dapat didapat hasil bahwa instrument dinyatakan valid dan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat dilanjutkan dan tidak ada sesuatu hal yang dapat menjadi kendala terjadinya kegagalan penelitian dikarenakan instrument penelitian yang belum teruji tingkat kevalidan dan kereliabilitasnya.

3.7 Rancangan Analisis Data

3.7.1 Rancangan Analisis

Alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Sebelum dijadikan alat pengumpul data kuisioner telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Menurut Arikunto (2010, hlm. 278) secara garis besar, analisis data meliputi tiga langkah yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian sebagai berikut :

1. Pengeditan (*Editing*)

Pengeditan merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperlukan terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan memproses data dengan teknik statistik, data penelitian yang dikumpulkan perlu di edit dari kemungkinan kekeliruan dalam pengisian kuisioner yang tidak lengkap atau tidak konsisten.

2. Pemberian Kode (*Coding*)

Dalam hal ini pembobotan dalam setiap item instrumen berdasarkan pada nilai positif dari yang tertinggi hingga yang terendah, untuk setiap jawaban positif diberi nilai beruntut dari 5 – 1. Pengukuran dalam kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *Likert* yaitu kuisioner yang disebar dan dibuat dengan sistem tertutup, artinya tanggapan untuk

setiap pertanyaan telah disediakan dan responden tinggal memberikan jawaban *checklist* pada kolom tanggapan sesuai dengan pendapat responden. Adapun bentuk dari penilaian yang akan diberikan oleh responden adalah sebagai berikut :

Tabel 3.6
Kriteria Bobot Nilai Alternatif

Pilihan Jawaban	Bobot Pernyataan
Sangat setuju dengan pernyataan	5
Setuju dengan pernyataan	4
Cukup setuju/ragu-ragu dengan pernyataan	3
Tidak setuju dengan pernyataan	2
Sangat tidak setuju dengan pernyataan	1

3. *Tabulating*

Tabulating hasil skoring akan dituangkan dalam bentuk tabel rekapitulasi sevara lengkap untuk seluruh item setiap variable. Adapun tabel rekapitulasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.7
Rekapitulasi Pengolahan Data

Responden	Skor Item				Total
	1	2	3	N	
1					
2					
3					
N					

3.7.2 Teknik Analisis Data Deskriptif

Teknik analisis data adalah suatu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data dalam rangka pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis analisis, yaitu analisis deskriptif dan verifikatif. Analisis digunakan untuk data yang bersifat kualitatif sedangkan analisis verifikatif yang berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis ini digunakan untuk melihat faktor penyebab dan mendeskripsikan variabel-variabel penelitian antara lain :

- a. Analisis deskriptif tentang *celebrity endorser* pada Instagram, Zahratul Jannah, yang terdiri dari *trustworthiness*, *expertise*, *physical attractiveness*, *respect*, dan *similarity*.
- b. Analisis deskriptif tentang keputusan pembelian pada produk sepatu *online* Walk in Summer.

Melakukan rancangan analisis deskriptif, yaitu mengolah data dari kuisioner dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- Menentukan jumlah skor kriterium (SK) dengan rumus :

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Dimana :

SK = skor kriterium

ST = skor tertinggi

JB = jumlah bulir

JR = jumlah responden

- Membandingkan jumlah skor hasil kuisioner dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil kuisioner dengan rumus :

$$\sum x_i = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n$$

Dimana :

x_i = jumlah skor hasil kuisioner variabel X

x_1, x_n = jumlah skor kuisioner masing-masing reponden

- Membuat daerah kategori kontinum menjadi tiga tingkatan, contohnya tinggi, sedang dan rendah. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah.

Kontinum tinggi dihitung dengan rumus :

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Kontinum rendah dihitung dengan rumus :

$$SK = SR \times JB \times JR$$

Keterangan :

ST = Skor tertinggi

SR = Skor terendah

JB = Jumlah buir

JR = Jumlah responden

- b. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan dengan rumus:

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{5}$$

- c. Menentukan garis kontinum dan daerah letak skor untuk variabel X *celebrity endorser* pada Instagram dan variabel Y keputusan pembelian.

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi

Gambar 3.2
Garis Kontinum Variabel X dan Y

3.7.3 Teknik Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji nilai hipotesis suatu variabel. Melalui analisis ini dapat diketahui pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Sehingga dapat diketahui pengaruh Zahratul Jannah sebagai *celebrity endorser* pada Instagram terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu *online Walk in Summer*.

Mengingat data variabel yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya menggunakan skala ordinal, sementara pengolahan data dengan penerapan statistik parametrik mensyaratkan data sekurang-kurangnya harus diukur dalam skala interval. Dengan demikian semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Berikut adalah langkah-langkah dalam analisis verifikatif :

1. Perhatikan setiap bulir
2. Untuk setiap bulir tersebut tentukan berapa orang yang menjawab skor 1,2,3,4,5.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proposisi, dengan menggunakan rumus : $p_i = f/N$

4. Tentukan proposi kumulatif.
5. Dengan menggunakan table distribusi normal, hitung nilai z untuk setiap proposi kumulatif yang diperoleh.
6. Tentukan nilai identitas untuk setiap nilai z diperoleh.
7. Tentukan *Skala Value* (SV) dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit} - \text{Area Below Lower Limit})}$$

Keterangan :

Skala Value : Nilai skala

Density at Lower Limit : Densitas batas atas

Density at Upper Limit : Densitas batas bawah

Area Below Upper Limit : Daerah di bawah batas atas

Area Below Lower Limit : Daerah di bawah batas bawah

8. Tentukan nilai transformasi dengan menggunakan rumus :

$$Y = NS + k$$

$$K = [1 + |NS_{\min}|]$$

Langkah-langkah diatas apabila dijabarkan dalam bentuk tabel akan terlihat sebagai berikut :

Tabel 3.8
Pengubahan Data Ordinal ke Interval

Kriteria	1	2	3	4	5
Frekuensi					
Proporsi					
Proporsi Kumulatif					
Nilai					
<i>Skala Value</i>					

Catatan : Skala terkecil dibuat sebesar 1, maka SV terkecil adalah +

Secara teknis untuk merubah data menjadi skala interval akan dibantu dengan aplikasi *Microsoft Office Excel* dengan menggunakan fasilitas *Method of Successive Interval*.

3.7.3.1 Analisis Korelasi

Analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pearsonian Coefficient Correlation* atau sering juga disebut dengan *The Product Moment Coefficient Correlation* (koefisien korelasi produk moment). Rumusnya adalah :

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

(Arikunto, 2010, hlm. 213)

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari
 X = Skor total
 $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
 \sum = Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
 N = Banyaknya responden

Korelasi produk momen dilambangkan dengan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 < r < 1$), apabila $r = -1$ artinya korelasinya negatif sempurna; $r = 0$ tidak ada korelasi; $r = 1$ berarti koefisien korelasinya sangat kuat. Untuk mendapatkan penjelasan terhadap koefisien korelasi yang diteliti, maka dapat berpedoman kepada tabel berikut :

Tabel 3.9
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat rendah / Lemah dapat diabaikan
0,200 – 0,399	Rendah / Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Tinggi / Kuat
0,800 – 1,000	Sangat tinggi / Sangat kuat

Sugiyono (2012, hlm. 184)

3.7.3.2 Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y) keputusan pembelian dapat diprediksikan melalui variabel independen (X) *celebrity endorser* pada Instagram atau prediktor secara

individual. Maksud dari teknik analisis ini juga dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel independen, atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen ataupun sebaliknya. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 270) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

- Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan
- a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)
- b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan (-) maka terjadi penurunan.
- X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Sedangkan harga b dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{n \sum XY - \sum Y \sum X}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

3.7.3.3 Koefisien Determinasi

X dikatakan mempengaruhi Y jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan di Y. Artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun dan dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya. Untuk menghitung besarnya pengaruh variabel X terhadap naik turunnya nilai Y dapat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

3.8 Uji Hipotesis

Tujuan pengujian hipotesis ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dan dapat dipercaya antara *celebrity endorser* pada Instagram sebagai variabel independen, dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen yang pada akhirnya akan diambil kesimpulan penerimaan atau penolakan dari pada hipotesis yang telah dirumuskan. Untuk menguji signifikansi korelasi antara variabel X dan variabel Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi *student* ($t_{student}$). Rumus dari distribusi *student* adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = distribusi *student*

r = koefisien korelasi dari uji

n = banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- Jika $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya koefisien regresi signifikan. Maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *celebrity endorser* pada Instagram dengan keputusan pembelian sepatu *online Walk in Summer*.
- Jika $t_{hitung} \leq \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya koefisien regresi tidak signifikan. Maka tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *celebrity endorser* pada Instagram dengan keputusan pembelian sepatu *online Walk in Summer*.