

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli pada kosmetik Mirabella. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah *celebrity endorser*, sedangkan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah minat beli.

Penelitian ini tidak membutuhkan waktu satu tahun, hanya dalam waktu tertentu saja, sehingga penelitian ini menggunakan *Time Horizon Cross Sectional Method*. Waktu yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah 15 hari, dimulai dari tanggal 12 Februari 2019 sampai dengan 1 Juli 2019.

#### **3.2 Metode dan Jenis Penelitian**

##### **3.2.1 Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran mengenai *celebrity endorser* pada kosmetik Mirabella dan bagaimana gambaran mengenai Minat Beli pada kosmetik Mirabella. Sedangkan penelitian verifikatif dalam penelitian ini akan menguji bagaimana pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli pada kosmetik Mirabella.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey* yaitu metode survei untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

##### **3.2.2 Desain Penelitian**

Desain penelitian ini merupakan desain penelitian kausal. Pada penelitian ini desain kausal berguna untuk mengetahui pengaruh variabel independen (*celebrity endorser*) terhadap variabel dependen (minat beli) serta menguji keterkaitan antara variabel-variabel yang diteliti.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Terdapat dua variabel yang dianalisis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah *celebrity endorser*
2. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Minat Beli

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Pertanyaan Tertutup	Pertanyaan Terbuka
<i>Celebrity endorser</i> individu yang dikenal oleh publik karena prestasinya dan menggunakan pengakuan publik untuk merekomendasikan atau ikut serta dalam mendukung sebuah produk dalam iklan. (Rachbini, W. & Stafford, M.R., Spears, N.E., Hsu, C.K., 2003)	<i>Attractiveness</i>	Tingkat kesukaan ( <i>liking</i> ) konsumen terhadap <i>endorser</i> kosmetik Mirabella	Interval	1. Seberapa suka anda terhadap <i>endorser</i> kosmetik Mirabella?	1. Bagaimana menurut anda mengenai Olivia Jensen sebagai <i>endorser</i> Mirabella?
		Tingkat keakraban ( <i>familiarity</i> ) <i>endorser</i> terhadap konsumen kosmetik Mirabella menurut persepsi anda	Interval	2. Seberapa akrab <i>endorser</i> Mirabella dengan pengikut Instagramnya?	2. Apakah anda suka dengan Olivia Jensen yang berperan sebagai <i>endorser</i> Mirabella?
		Tingkat kesamaan ( <i>similarity</i> ) konsumen dengan <i>endorser</i> kosmetik	Interval	3. Tingkat kesamaan gaya hidup anda dengan <i>endorser</i> Mirabella	3. Apakah menurut anda Olivia Jensen cukup akrab dengan pengikut Instagramnya?

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Pertanyaan Tertutup	Pertanyaan Terbuka
		Mirabella. (dalam hal nilai, gaya, dan selera)			
		Tingkat daya tarik ( <i>attractive</i> ) fisik <i>endorser</i> kosmetik Mirabella menurut persepsi anda	Interval	4. Apakah anda merasa <i>endorser</i> kosmetik Mirabella menarik?	4. Mengapa anda menganggap Olivia menarik sebagai <i>endorser</i> kosmetik Mirabella?
	<i>Trustworthiness</i>	Tingkat kejujuran ( <i>honest</i> ) <i>endorser</i> dalam menyampaikan informasi mengenai kosmetik Mirabella menurut persepsi anda	Interval	5. Tingkat kejujuran <i>endorser</i> Mirabella dalam menyampaikan informasi tentang produk Mirabella dalam iklan	5. Apakah anda memiliki kesamaan gaya hidup dengan Olivia Jensen? (kesamaan gaya hidup seperti gemar olahraga, fashion, dan travelling)
		Tingkat kepercayaan ( <i>trustworthy</i> ) konsumen kepada <i>endorser</i> dalam mendukung kosmetik Mirabella	Interval	6. Tingkat kepercayaan anda kepada <i>endorser</i> saat sedang mendukung kosmetik Mirabella dalam iklan?	6. Apakah anda menganggap Olivia Jensen menarik sebagai <i>endorser</i> Mirabella?
		Tingkat keandalan ( <i>reliable</i> ) <i>endorser</i> dalam mendukung kosmetik Mirabella	Interval	7. Sampai sejauh mana <i>endorser</i> dapat diandalkan dalam kegiatan endorsement Mirabella?	7. Apakah anda menganggap Olivia Jensen memiliki kejujuran dalam menyampaikan informasi pada

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Pertanyaan Tertutup	Pertanyaan Terbuka
		menurut persepsi anda			kegiatan endorsement Mirabella?
		Tingkat ketulusan ( <i>sincere</i> ) endorser dalam mendukung kosmetik Mirabella menurut persepsi anda	Interval	8. Sampai sejauh mana ketulusan endorser dalam kegiatan endorsement Mirabella?	8. Apakah menurut anda Olivia Jensen tulus dalam kegiatan endorsement ini?
	<i>Expertise</i>	Tingkat keterampilan ( <i>skilled</i> ) yang dimiliki endorser mengenai kosmetik menurut persepsi anda	Interval	9. Sampai sejauh mana keterampilan yang dimiliki endorser dalam pengaplikasian make-up?	9. Apakah menurut anda Olivia Jensen memiliki keterampilan dalam pengaplikasian makeup?
		Tingkat pengetahuan ( <i>knowledgeable</i> ) yang dimiliki endorser mengenai kosmetik menurut persepsi anda	Interval	10. Sampai sejauh mana pengetahuan yang dimiliki endorser dalam menggunakan make-up?	10. Apakah anda menganggap Olivia Jensen memiliki pengetahuan dalam menggunakan makeup?
		Tingkat pengalaman ( <i>experienced</i> ) yang dimiliki endorser mengenai kosmetik menurut persepsi anda	Interval	11. Bagaimana tingkat pengalaman ( <i>experienced</i> ) yang dimiliki endorser dalam penggunaan make-up?	11. Apakah menurut anda Olivia Jensen memiliki pengalaman dalam penggunaan makeup?
Minat beli menyatakan	<i>Inquire</i>	Tingkat pencarian	Interval	12. Tingkat	12. Apakah

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Pertanyaan Tertutup	Pertanyaan Terbuka
bahwa perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Keller, 2016)		informasi mengenai produk kosmetik Mirabella		keingintahuan anda untuk mencari informasi mengenai produk Mirabella setelah melihat setelah melihat endorser menggunakannya	anda memiliki keingintahuan untuk mencari informasi lebih lanjut setelah melihat Olivia menggunakan produk Mirabella?
	<i>Interest</i>	Tingkat ketertarikan untuk mencoba produk kosmetik Mirabella	Interval	13. Tingkat ketertarikan saudara untuk mencoba produk kosmetik Mirabella setelah melihat endorser menggunakannya	13. Apakah anda memiliki ketertarikan untuk mencoba produk Mirabella setelah Olivia menggunakan produk Mirabella?
	<i>Consider</i>	Tingkat pertimbangan untuk membeli produk kosmetik Mirabella	Interval	14. Tingkat untuk mempertimbangkan pembelian produk kosmetik Mirabella setelah melihat setelah melihat endorser menggunakannya	15. Apakah anda mempertimbangkan untuk membeli produk Mirabella setelah melihat Olivia menggunakan produk tersebut?
	<i>Willingness</i>	Tingkat kesediaan konsumen untuk membeli kosmetik Mirabella	Interval	16. Tingkat keinginan saudara untuk membeli produk kosmetik Mirabella setelah melihat endorser menggunakannya	14. Apakah berkeinginan untuk membeli produk Mirabella setelah melihat Olivia menggunakan produk tersebut?

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Pertanyaan Tertutup	Pertanyaan Terbuka
					15. Apa kritik dan saran yang anda miliki untuk kegiatan endorsement Mirabella ini?

### 3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Diperlukan pengumpulan data terlebih dahulu yang berkaitan dengan penelitian dalam melakukan pengolahan data untuk menghasilkan sebuah informasi. Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu:

##### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden yaitu masyarakat yang mengikuti akun Instagram kosmetik Mirabella. Adapun sumber data yang digunakan adalah dengan penyebaran kuesioner secara *online* dan *offline*, serta wawancara secara langsung dengan responden.

##### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yang diperoleh dari berbagai literature, karya ilmiah, *website*, dan artikel.

**Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data**

No.	Tujuan Penelitian	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Mendapatkan data yang bersifat numerik mengenai pendapat responden terhadap Olivia Jensen sebagai <i>endorser</i> Mirabella	Kuesioner penelitian <i>celebrity endorser</i> kosmetik Mirabella	Primer	100 orang responden <i>followers</i> Instagram @mirbellacosmetics
2.	Mendapatkan data	Kuesioner	Primer	100 orang responden

Nurina Fauzia Hapsary, 2019  
**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KOSMETIK MIRABELLA)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	yang bersifat numerik mengenai pendapat responden terhadap minat beli pada produk kosmetik Mirabella	penelitian minat beli konsumen pada kosmetik Mirabella		<i>followers</i> Instagram @mirabellacosmetics
3.	Mendapat informasi secara verbal mengenai kegiatan <i>celebrity endorser</i> yang dilakukan oleh Mirabella	Wawancara kuesioner penelitian <i>celebrity endorser</i> pada kosmetik Mirabella	Primer	15 orang responden <i>followers</i> Instagram @mirabellacosmetics
4.	Mendapatkan informasi secara verbal mengenai minat beli konsumen pada produk kosmetik Mirabella	Wawancara kuesioner penelitian minat beli konsumen pada kosmetik Mirabella	Primer	15 orang responden <i>followers</i> Instagram @mirabellacosmetics

### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

#### A. Studi Kepustakaan

Penelitian dengan cara mempelajari berbagai laporan, referensi, jurnal, kepustakaan, buku, dan literatur lain yang mempunyai hubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini guna memperoleh data-data yang akan dijadikan landasan teori dalam penelitian ini.

#### B. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

#### C. Wawancara

Nurina Fauzia Hapsary, 2019  
**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KOSMETIK MIRABELLA)**  
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

### 3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.5.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan pengikut akun Instagram Kosmetik Mirabella yang berjumlah 26.200 @mirabellacosmetics pengikut akun Instagram Mirabella.

#### 3.5.2 Sampel

Sampel digunakan untuk mempermudah penelitian, karena dalam penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti karena keterbatasan waktu, keterbatasan biaya dan keterbatasan tenaga yang tersedia. Menentukan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini dengan cara menggunakan rumus *slovin* dalam Riduwan (2013) dengan rumus:

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

Keterangan: n = Jumlah sampel (responden dalam penelitian)  
 N = Jumlah populasi  
 d<sup>2</sup> = presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini, presisi yang ditetapkan sebesar 10%)

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diukur besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{26.200}{1+(26.200(0,1)^2)} = 99.6197719 = 100$$

Berdasarkan perhitungan maka diperoleh nilai sampel sebesar 99.6197719 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Survey ini dikhususkan kepada pengikut akun Instagram kosmetik Mirabella.



### 3.5.3 Teknik Sampling

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan dengan jumlah 26.200 orang yang merupakan pengikut dari akun Instagram Mirabella, maka teknik sampling yang akan digunakan adalah dengan *Purposive Sampling* yang merupakan bagian dari *non probability sampling*, yaitu bentuk pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu yang menjadi pertimbangan dalam menentukan sampel. Kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel pada penelitian ini yaitu responden yang merupakan *followers* dari akun Instagram @mirbellacosmetics yang berjenis kelamin perempuan dan yang mengetahui Olivia Jensen sebagai *endorser* Mirabella.

Waktu yang dibutuhkan untuk menyebar kuesioner hingga terkumpulnya data kuesioner yang dibutuhkan yaitu selama 1 bulan. Penulis mulai menyebar kuesioner di Instagram pada tanggal 1 Mei 2019 sampai dengan 31 Mei 2019. Kuesioner biasanya disebar pada saat pagi hari sekitar pukul 08.00, sore hari pada pukul 17.00, dan malam hari pada pukul 19.00 WIB.

## 3.6 Uji Instrumen Penelitian

Memperoleh data yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian diperlukan instrumen yang tepat agar data yang terkumpul sesuai dengan yang diharapkan. Pengumpulan data untuk suatu penelitian instrumen bertindak sebagai alat evaluasi. Instrumen penelitian yang sudah disusun nantinya diujicobakan kepada responden diluar sampel penelitian untuk menemukan gambaran validitas dan reliabilitas instrumen.

### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017), “Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Tujuan uji validitas ini adalah untuk menguji keabsahan instrumen penelitian yang hendak disebar. Teknik yang akan digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi product moment. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item, jika koefisien korelasi

tersebut positif, maka item tersebut valid, sedangkan jika negatif maka tidak valid yang kemudian akan digantikan atau dikeluarkan dari kuesioner.

Rumus korelasi product moment dijabarkan dibawah ini:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

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 distribusi Y

$\sum x_i^2$  = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

$\sum y_i^2$  = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y

n = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden ditentukan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden peneliti dikatakan valid jika r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ )
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden peneliti dikatakan tidak valid jika r hitung lebih kecil dari r tabel ( $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ )

Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas menggunakan SPSS 24.0 for Windows:

**Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas pada Variabel X (Celebrity Endorser)**

No.	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Attractiveness</i>				
1.	Seberapa suka anda terhadap endorser kosmetik Mirabella?	0,751	0,361	Valid
2.	Seberapa akrab endorser Mirabella dengan pengikut Instagramnya?	0,741	0,361	Valid

Nurina Fauzia Hapsary, 2019

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KOSMETIK MIRABELLA)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.	Tingkat kesamaan gaya hidup anda dengan <i>endorser</i> Mirabella	0,831	0,361	Valid
4.	Apakah anda merasa <i>endorser</i> kosmetik Mirabella menarik?	0,749	0,361	Valid
<i>Trustworthiness</i>				
5.	Tingkat kejujuran <i>endorser</i> Mirabella dalam menyampaikan informasi tentang produk Mirabella dalam iklan	0,778	0,361	Valid
6.	Tingkat kepercayaan anda kepada <i>endorser</i> saat sedang mendukung kosmetik Mirabella dalam iklan?	0,820	0,361	Valid
7.	Sampai sejauh mana <i>endorser</i> dapat diandalkan dalam kegiatan <i>endorsement</i> Mirabella?	0,760	0,361	Valid
8.	Sampai sejauh mana ketulusan <i>endorser</i> dalam kegiatan <i>endorsement</i> Mirabella?	0,799	0,361	Valid
<i>Expertise</i>				
9.	Sampai sejauh mana keterampilan yang dimiliki <i>endorser</i> dalam pengaplikasian make-up?	0,790	0,361	Valid
10.	Sampai sejauh mana pengetahuan yang dimiliki <i>endorser</i> dalam menggunakan make-up?	0,816	0,361	Valid
11.	Bagaimana tingkat pengalaman yang dimiliki <i>endorser</i> dalam penggunaan make-up?	0,734	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan tabel 3.2 dapat diketahui bahwa seluruh butir pernyataan dari setiap indikator pada variabel X (*celebrity endorser*) dinyatakan valid, karena hasil r hitung lebih besar daripada r tabel ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ).

**Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas pada Variabel Y (Minat Beli)**

No.	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Tingkat keingintahuan anda untuk mencari informasi mengenai produk Mirabella setelah melihat konten	0,891	0,361	Valid

	yang diunggah oleh <i>endorser</i>			
2.	Tingkat ketertarikan anda untuk mencoba produk kosmetik Mirabella setelah melihat <i>endorser / influencer</i> menggunakannya	0,955	0,361	Valid
3.	Tingkat untuk mempertimbangkan pembelian produk kosmetik Mirabella setelah melihat konten yang diunggah oleh <i>endorser / influencer</i>	0,967	0,361	Valid
4.	Tingkat keinginan saudara untuk membeli produk kosmetik Mirabella setelah melihat konten yang diunggah oleh <i>endorser / influencer</i>	0,944	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan tabel 3.3 dapat diketahui bahwa seluruh butir pernyataan dari setiap indikator pada variabel Y (minat beli) dinyatakan valid, karena hasil r hitung lebih besar daripada r tabel ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ).

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang peneliti gunakan adalah menggunakan rumus alpha Cronbach. Koefisien Alpha Cronbach ( $C\alpha$ ) merupakan statistik yang sering dipakai untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian. Instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai jika koefisien Alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,700. Rumus untuk mengukur reliabilitas yaitu:

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r = Nilai reliabilitas

k = Banyaknya butiran pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varian tiap item

$\sigma_t^2$  = Varian total

Jumlah varian tiap-tiap skor dapat dicari dengan rumus:

Nurina Fauzia Hapsary, 2019  
**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KOSMETIK MIRABELLA)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$\sigma^2_t = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

$\sigma^2_t$  = Varian skor tiap item

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat item X

$(\sum X)^2$  = Jumlah item X yang dikuadratkan

N = Jumlah responden

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan dikatakan reliable jika r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ )
2. Item pertanyaan-pertanyaan dikatakan tidak reliabel jika r hitung lebih kecil dari r tabel ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ )

**Tabel 3.5**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas pada Variabel X (*Celebrity Endorser*) dan Variabel Y (Minat Beli)**

No.	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	<i>Celebrity Endorser</i>	0,943	0,700	Reliabel
2.	Minat Beli	0,955	0,700	Reliabel

*Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SPSS 24.0, 2019*

Berdasarkan tabel 3.4 dapat diketahui pengujian reliabilitas instrumen penelitian pada variabel X (*celebrity endorser*) dan Y (minat beli) dinyatakan reliabel, karena hasil perhitungan menggunakan rumus Alpha Cronbach diperoleh masing-masing nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Menurut perhitungan reliabilitas dengan bantuan *SPSS 24.0 for Windows* diperoleh nilai Alpha  $> 0,700$ , yang artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*).

### 3.7 Analisis Data

#### 3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan suatu variabel berdasarkan hasil kuesioner setelah dianalisis. Analisis data deskriptif ini disajikan dalam tabel dengan menggunakan cross tabulasi yang selanjutnya akan diinterpretasikan

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan skor variabel X dan variabel Y serta kedudukannya dengan prosedur sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah skor kontinum (SK) dengan rumus:

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

Keterangan:

SK = Skor kriterium

ST = Skor tertinggi

JB = Jumlah butir

JR = Jumlah responden

2. Membandingkan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil kuesioner dengan rumus:

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

Keterangan:

$\sum x_i$  = Jumlah skor hasil kuesioner variabel X

$x_1-x_n$  = Jumlah skor kuesioner masing-masing responden

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

- 1) Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

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

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

Keterangan:

ST = Skor tertinggi

SR = Skor terendah

JB = Jumlah butir

JR = Jumlah responden

- 2) Menentukan selisih skor continuum dari setiap tingkatan rumus:

$$R = \frac{\text{Skor Kontinum Tinggi} - \text{Skor Kontinum Rendah}}{\text{Jumlah Interval}}$$

- 3) Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan presentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum ( $S/Skor \text{ maksimal} \times 100\%$ ).

Sangat Rendah	Rendah	Cukup Rendah	Netral	Cukup Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi
---------------	--------	--------------	--------	--------------	--------	---------------

**Gambar 3.1 Garis Kontinum**

- 4) Membandingkan skor total tiap variabel dengan parameter diatas untuk memperoleh gambaran *celebrity endorser* (X) dan variabel minat beli (Y)

### 3.7.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk membuktikan dan mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini, analisis verifikatif bertujuan untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini hanya meneliti dua variabel maka teknik analisa yang digunakan ialah analisis korelasi dan regresi sederhana.

### 3.8 Uji Asumsi Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P-Plot, uji Chi Square, Skewnes, dan Kurtonis atau uji Kolmogorov Smirnov.

### 3.9 Analisis Korelasi

Analisis korelasi ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017) untuk dapat memberikan penafsiran kuat rendahnya hubungan pengaruh dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

Tabel 3.6 Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017)

### 3.10 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y) minat beli dapat diprediksikan melalui variabel independen (X) *celebrity endorser*. Teknik analisis ini juga digunakan untuk memutuskan apakah meningkat atau menurunnya variabel independen, atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen atau pun sebaliknya. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

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 :

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

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 variable 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

### 3.11 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini dilakukan guna untuk mengetahui hubungan antar kedua variabel. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu *celebrity endorser* (X), sedangkan variabel dependen yaitu minat beli (Y).

Hipotesis yang digunakan untuk uji statistiknya yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ) yang diformulasikan untuk ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yaitu hipotesis yang diformulasikan untuk diterima, dengan perumusan sebagai berikut :

$H_0 : \rho = 0$ , *celebrity endorser* (X) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli (Y)

$H_1 : \rho \neq 0$ , *celebrity endorser* (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli (Y)

Untuk mengetahui di tolak atau tidak nya dapat dinyatakan dengan kriteria sebagai berikut :

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $H_0$  ditolak;  $H_1$  diterima

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $H_0$  diterima;  $H_1$  ditolak