

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli. Variabel independen (X) dalam penelitian ini yakni *celebrity endorser*, sedangkan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah minat beli.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif dengan cara melakukan pengumpulan data dilapangan. Metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis adalah dengan *explanatory survey* yang memiliki pengertian sebagai sebuah metode untuk mendeksripsikan perbandingan antara variabel melalui uji hipotesis. Peneliti akan melakukan survey dengan cara mengambil sampel sebuah populasi dan akan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data tersebut.

Penelitian ini akan mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner, wawancara secara terstruktur dll. Metode ini dipilih, karena peneliti dapat tahu pendapat langsung tentang objek yang sedang diteliti dan peneliti dapat terjun langsung ke lapangan serta menemui sampel dari total populasi. Penelitian ini hanya membutuhkan waktu satu bulan dari mulai bulan juni sampai dengan bulan juli 2020 dan menggunakan *Time Horizon Cross Sectional Method*.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian yang akan digunakan adalah dengan menggunakan desain penelitian kausal yang memiliki kegunaan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent serta menguji ketarkaitan antara variabel yang diteliti.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan dianalisis, yakni:

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 3.1

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala	Pertanyaan Terbuka	Pertanyaan Tertutup
<i>Celebrity endorser</i> memiliki pengertian sebagai orang terkenal yang mendapat pengakuan publik untuk merekomendasikan atau ikut hadir dengan suatu produk dalam sebuah iklan. (Gupta et al, 2015)	<i>Trustworthiness</i> (kepercayaan)	• Tingkat kepercayaan (<i>trustworthy</i>)	Interval	Mengapa Anda percaya/tidak percaya pada endorser? Apa yang membuat Anda percaya/tidak percaya? Sebutkan alasannya	1. Tingkat kepercayaan anda kepada Tatjana Saphira ketika sedang mempromosikan produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro?
		• Tingkat ketulusan (<i>sincere</i>)	Interval	Mengapa menurut anda endorser Asus tulus/tidak tulus? Apa yang membuat anda beranggapan bahwa endorser Asus tulus/tidak tulus? Sebutkan alasannya.	2. Sampai sejauh mana ketulusan Tatjana Saphira dalam kegiatan <i>endorsement</i> Asus?
		• Tingkat keandalan (<i>reliable</i>)	Interval	Mengapa anda menganggap endorser Asus dapat diandalkan/tidak dapat diandalkan?	3. Sampai sejauh mana Tatjana Saphira dapat diandalkan dalam kegiatan <i>endorsement</i> yang dilakukan oleh Asus?

Thofhan Yudhitya Mulkifaza, 2020

DAMPAK PENGGUNAAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE ASUS ZENFONE 4 SELFIE PRO

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

				Apa yang membuat anda beranggapan bahwa endorser Asus dapat diandalkan/tidak dapat diandalkan? Sebutkan alasannya	
		<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kejujuran (<i>honest</i>) 	Interval	<p>Mengapa anda menganggap endorser Asus memiliki kejujuran/ketidakjujuran?</p> <p>Apa yang membuat anda beranggapan endorser Asus memiliki kejujuran/ketidakjujuran?</p> <p>Sebutkan alasannya.</p>	4. Tingkat kejujuran Tatjana Saphira dalam menyampaikan informasi tentang produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro?
	<i>Attractiveness</i> (daya tarik)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik (<i>attractive</i>) 	Interval	<p>Mengapa menurut anda Tatjana Saphira merupakan seorang <i>endorser</i> yang memiliki/tidak memiliki daya tarik fisik?</p> <p>Sebutkan alasannya</p>	5. Apakah menurut anda Tatjana Saphira merupakan seorang <i>endorser</i> yang memiliki daya tarik fisik?

		<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keakraban (<i>familiarity</i>) 	Interval	<p>Mengapa menurut anda Tatjana Saphira selaku endorser produk Asus Zenfone 4 akrab/tidak akrab dengan para pengikutnya</p> <p>Sebutkan alasannya</p>	6. Apakah menurut anda Tatjana Saphira merupakan seorang <i>endorser</i> yang akrab dengan para pengikutnya? (sering berinteraksi, menyapa ataupun membalas komentar)
		<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesukaan (<i>liking</i>) 	Interval	<p>Mengapa menurut anda Tatjana Saphira selaku endorser Asus disukai/tidak disukai oleh generasi muda?</p> <p>Sebutkan alasanannya</p>	7. Apakah menurut anda Tatjana Saphira merupakan seorang <i>endorser</i> yang disukai oleh berbagai kalangan?
		<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesamaan (<i>similarity</i>) 	Interval	<p>Mengapa anda beranggapan bahwa endorser Asus memiliki kesamaan/tidak memiliki kesamaan gaya hidup dengan anda?</p> <p>Sebutkan alasannya.</p>	8. Tingkat kesamaan gaya hidup anda dengan Tatjana Saphira (seperti fashion atau travelling)

	<i>Expertise</i> (keahlian)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keterampilan (<i>skilled</i>) 	Interval	<p>Apa yang membuat anda beranggapan bahwa endorser Asus memiliki/tidak memiliki keterampilan dalam mempromosikan produk Asus Zenfone 4?</p> <p>Sebutkan alasannya</p>	9. Sampai sejauh mana keterampilan yang dimiliki oleh Tatjana Saphira dalam mempromosikan produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro?
		<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengetahuan (<i>knowledge</i>) 	Interval	<p>Menurut anda sampai sejauh mana pengetahuan yang dimiliki oleh Tatjana Saphira dalam mempromosikan produk Asus Zenfone 4</p> <p>Apa yang membuat anda beranggapan seperti itu?</p> <p>Sebutkan alasannya</p>	10. Sampai sejauh mana pengetahuan yang dimiliki oleh Tatjana Saphira dalam mempromosikan produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro?
		<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman (<i>experienced</i>) 	Interval	<p>Menurut anda sampai sejauh mana pengalaman yang dimiliki oleh Tatjana Saphira selaku endorser Asus Zenfone 4 dalam mengulas produk smartphone</p>	11. Sampai sejauh mana pengalaman yang dimiliki oleh Tatjana Saphira selaku <i>endorser</i> Asus Zenfone 4 Selfie Pro dalam

				sebutkan alasannya	mengulas produk <i>smartphone</i> ?
Minat pembelian adalah rencana sadar individu untuk melakukan upaya untuk membeli merek. (Gupta et al, 2015)	<i>Inquire</i> (keingintahuan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pencarian informasi 	Interval	Mengapa anda memiliki rasa keingintahuan/ketidakingintahuan untuk mencari informasi produk setelah melihat Tatjana Saphira selaku endorser Asus menggunakan produk Asus Zenfone 4 sebutkan alasannya	12. Tingkat keingintahuan anda untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro setelah melihat Tatjana Saphira menggunakannya?
	<i>Interest</i> (ketertarikan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketertarikan 	Interval	Mengapa anda memiliki ketertarikan/ketidaktertarikan untuk mencoba produk <i>smartphone</i> Asus Zenfone 4 setelah melihat Tatjana Saphira selaku endorser Asus menggunakan produk tersebut Sebutkan alasannya	13. Seberapa besar ketertarikan anda untuk mencoba produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro setelah melihat Tatjana Saphira menggunakannya?

	<i>Consider</i> (mempertimbangkan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketertarikan 	Interval	<p>Mengapa anda mempertimbangkan/tidak mempertimbangkan pembelian produk smartphone Asus Zenfone 4 setelah melihat Tatjana Saphira selaku endorser Asus menggunakan produk tersebut</p> <p>Sebutkan alasannya</p>	14. Tingkat untuk mempertimbangkan pembelian produk smartphone Asus Zenfone 4 Selfie Pro setelah melihat Tatjana Saphira selaku <i>endorser</i> Asus menggunakan produk tersebut
	<i>Willingness</i> (kesediaan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesediaan 	Interval	<p>Apakah anda bersedia/tidak bersedia untuk membeli produk smartphone Asus Zenfone 4 setelah melihat Tatjana Saphira selaku endorser Asus menggunakan produk tersebut?</p> <p>Sebutkan alasannya</p>	15. Tingkat kesediaan untuk membeli produk smartphone Asus Zenfone 4 Selfie Pro setelah melihat Tatjana Saphira selaku endorser Asus menggunakan produk tersebut
				<p>Apa kritik dan saran yang anda miliki untuk kegiatan endorsement</p>	

				yang dilakukan oleh Asus?	
--	--	--	--	------------------------------	--

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yakni sumber data yang didapatkan secara primer dan sumber data yang didapatkan secara sekunder. Data primer didapatkan dari wawancara dan kuesioner yang ditujukan kepada responden, respondennya sendiri adalah anggota grup Facebook Asus Zenfone Indonesia Community. Untuk data sekunder sendiri, penulis mendapatkannya melalui penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, buku, website dll.

Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data

No.	Tujuan Penelitian	Data yang diperlukan untuk menjawab tujuan penelitian	Sumber Data	Alat Analisis
1.	Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap <i>celebrity endorser</i> pada produk <i>smartphone</i> Asus	<ul style="list-style-type: none"> • Primer (Wawancara dan Kuisisioner) • Sekunder (<i>Social Media, Website</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> • Jurnal Ilmiah • Pengguna <i>smartphone</i> Asus 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode riset kualitatif (wawancara) • Metode riset kuantitatif (Kuisisioner tertutup dengan skoring)
2.	Untuk mengetahui tingkat minat beli konsumen pada produk <i>smartphone</i> Asus	<ul style="list-style-type: none"> • Primer (Wawancara dan Kuisisioner) • Sekunder (<i>Social Media, Website</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> • Jurnal Ilmiah • Pengguna <i>smartphone</i> Asus 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode riset kualitatif (wawancara) • Metode riset kuantitatif (Kuisisioner tertutup dengan skoring)
3.	Untuk mengetahui pengaruh <i>celebrity endorser</i> terhadap minat	<ul style="list-style-type: none"> • Primer (Wawancara dan Kuisisioner) • Sekunder (<i>Social Media, Website</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> • Jurnal Ilmiah • Pengguna <i>smartphone</i> Asus 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode riset kualitatif (wawancara) • Metode riset kuantitatif (Kuisisioner tertutup)

Thofhan Yudhitya Mulkifaza, 2020

DAMPAK PENGGUNAAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE ASUS ZENFONE 4 SELFIE PRO

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

	beli produk <i>smartphone</i> Asus			dengan skoring)
--	---------------------------------------	--	--	--------------------

Pengertian dari Teknik pengumpulan data adalah sebuah cara sistematis dan juga ilmiah yang dapat dipergunakan untuk mengumpulkan data secara relevan dan actual mengenai fenomena pada penelitian. Berikut ini merupakan Teknik pengumpulan data yang ada dalam penelitian:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan memiliki pengertian sebagai suatu teknik pengumpulan data untuk mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan suatu penelitian. Dapat pula dikaji melalui berbagai sumber seperti jurnal, buku, literatur dll.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertatap muka langsung dengan narasumber. Namun karena situasi yang tidak memungkinkan, dapat juga dilakukan secara *online*. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara secara *online*, via telepon dan juga media *online*.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden lalu dijawab. Kuesioner secara *online* disebarkan melalui *platform* google form, lalu responden menjawab pertanyaan tersebut dengan skala yang sudah disediakan.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah Anggota Grup Facebook Asus Zenfone Indonesia Community yang berjumlah 97.000.

3.5.2 Sampel

Sampel dipergunakan dengan maksud untuk mempermudah suatu penelitian. Hal ini dikarenakan tidak mungkin seluruh populasi dapat diteliti yang

dikarenakan terbatasnya waktu, biaya, tenaga dll. Penelitian ini menggunakan oenghitungan dengan mempergunakan rumus slovin dalam buku Simamora (2004).

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

Keterangan :
 n : Jumlah sampel
 e² : Presisi yang ditetapkan 0,01
 N : Jumlah populasi

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

$$n = \frac{97.000}{1+97.000.0,01} = \frac{97.000}{971} = 99,89 = 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin, maka dapat dilihat hasil nilai sampel sebesar 99,89 dan dibulatkan menjadi 100 orang. Kondisi sampel disesuaikan dengan keadaan saat penulisan skripsi, yakni ketika pandemi covid-19 sedang melanda. Kuesioner diisi oleh hamper 200 responden, namun yang dibutuhkan hanya 100 orang responden.

3.5.2 Teknik Penarikan Sampel

Adapun cara dalam teknik penarikan sampel dalam penelitian ini yakni dengan menggunakan *purposive sampling* yang merupakan bagian dari *non probability sampling* dan memiliki arti sebagai suatu bentuk pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria atau batasan khusus dalam menentukan sampel. Adapaun kriterianya dalah sebagai berikut:

1. Responden yang aktif menggunakan *smartphone* dan pernah/sedang menggunakan *smartphone* merek Asus
2. Berusia 18-38 tahun (*millennials*)
3. Mengetahui Tatjana Saphira sebagai *endorser* dari Asus

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Untuk bisa mendapatkan data yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian, maka diperlukan instrument yang tepat agar data yang terkumpul sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam suatu penelitian, instrument bertindak sebagai alat evaluasi. Instrumen penelitian kemudian disusun kemudian diujicobakan terhadap responden yang berada diluar sampel penelitian yang mana tujuannya untuk melihat gambaran validitas dan reliabilitas instrument.

3.6.1 Uji Validitas

(Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas dilakukan untuk menguji item kuisisioner mana yang valid dan mana yang tidak valid. Teknik korelasi merupakan sebuah teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini dan dilakukan melalui koefisien korelasi *product moment*. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item. Jika koefisien korelasi tersebut menghasilkan nilai yang positif, maka item tersebut dapat dikatakan valid, jikalau koefisien korelasi tersebut menghasilkan nilai yang negatif maka item tersebut tidak valid dan akan diganti/dikeluarkan dari kuisisioner. Untuk penjabarannya sendiri adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n \sum iX^2 - (\sum Xi)^2\}\{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

ΣY = Jumlah skor dalam distribusi Y

ΣX_i^2 = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

ΣY_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 ($r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$)

Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Validitas pada Variabel X (*Celebrity Endorser*)

No.	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Trustworthiness</i> (kepercayaan)				
1.	Tingkat kepercayaan anda kepada Tatjana Saphira ketika sedang mempromosikan produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro	0,446	0,361	Valid
2.	Sampai sejauh mana tingkat ketulusan Tatjana Saphira dalam kegiatan <i>endorsement</i> Asus	0,750	0,361	Valid
3.	Sampai sejauh mana tingkat keandalan Tatjana Saphira dalam kegiatan <i>endorsement</i> Asus	0,683	0,361	Valid
4.	Tingkat kejujuran Tatjana Saphira dalam menyampaikan informasi tentang produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro	0,728	0,361	Valid
<i>Attractiveness</i> (daya tarik)				
5.	Tingkat daya tarik fisik Tatjana Saphira	0,498	0,361	Valid
6.	Apakah menurut anda Tingkat keakraban Tatjana Saphira dengan para pengikutnya? Contoh sering berinteraksi, menyapa ataupun membalas komentar <i>followersnya</i>	0,636	0,361	Valid
7.	Tingkat kesukaan orang-orang dari berbagai kalangan terhadap Tatjana Saphira	0,682	0,361	Valid

Thofhan Yudhitya Mulkifaza, 2020

DAMPAK PENGGUNAAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE ASUS ZENFONE 4 SELFIE PRO

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

8.	Tingkat kesamaan gaya hidup anda dengan Tatjana Saphira (seperti <i>fashion</i> atau <i>travelling</i>)	0,585	0,361	Valid
<i>Expertise</i> (keahlian)				
9.	Tingkat keterampilan yang dimiliki oleh Tatjana Saphira promosi produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro	0,755	0,361	Valid
10.	Sampai sejauh mana tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh Tatjana Saphira tentang produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro?	0,758	0,361	Valid
11.	Tingkat pengalaman yang dimiliki oleh Tatjana Saphira selaku endorser Asus Zenfone 4 Selfie Pro dalam mengulas produk <i>smartphone</i> .	0,770	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SPSS 26.0, 2020

Berdasarkan tabel 3.4 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.

Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Validitas pada Variabel Y (Celebrity Endorser)

No.	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Inquire</i> (keingintahuan)				
1.	Tingkat keingintahuan anda untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro setelah melihat Tatjana Saphira menggunakannya	0,581	0,361	Valid
<i>Interest</i> (Ketertarikan)				
2.	Seberapa besar ketertarikan anda untuk mencoba produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro setelah melihat Tatjana Saphira menggunakannya	0,801	0,361	Valid
<i>Consider</i> (mempertimbangkan)				
3.	Tingkat untuk mempertimbangkan pembelian produk <i>smartphone</i> Asus Zenfone 4 Selfie Pro setelah melihat Tatjana Saphira selaku	0,886	0,361	Valid

	endorser Asus menggunakan produk tersebut			
<i>Willingness (kesediaan)</i>				
4.	Tingkat kesediaan untuk membeli produk smartphone Asus Zenfone 4 Selfie Pro setelah melihat Tatjana Saphira selaku <i>endorser</i> Asus menggunakan produk tersebut	0,622	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SPSS 26.0, 2020

Berdasarkan tabel 3.5 dapat diketahui bahwa seluruh butir pernyataan dari setiap indikator pada variabel Y (*celebrity endorser*) dinyatakan valid, karena hasil r hitung lebih besar daripada r tabel

3.6.2 Uji Reliabilitas

Untuk menguji tingkat reliabilitas, peneliti menggunakan rumus *alpha cronbach*, Instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,700. dengan rumus sebagai berikut

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

σ^2 = Varians total

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

Jumlah varian tiap-tiap skor dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

σ^2t = Varian skor tiap item

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

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

N = Jumlah responden

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Tabel 3. 5 Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	<i>Celebrity Endorser</i>	0,864	0,600	Valid
2.	Minat Beli	0,689	0,600	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SPSS 26.0, 2020

Berdasarkan tabel 3.6 terlihat bahwa pengujian reliabilitas instrumen penelitian pada variabel X (*celebrity endorser*) dan Y (minat beli) dapat dinyatakan reliabel, dikarenakan nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Menurut hasil perhitungan reliabilitas menggunakan bantuan program *SPSS 26.0 for windows* diperoleh nilai Alpha $> 0,600$, hal ini artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*).

3.7 Analisis Data

3.7.1 Analisis data deskriptif

Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan suatu variabel berdasarkan hasil kuisisioner setelah dianalisis. Analisis data deksriptif dapat disajikan dalam bentuk tabel dan dengan menggunakan cross tabulasi. Menurut Simamora (2004:244) tabulasi silang atau *cross tabulation* merupakan alat statistik yang dapat dipakai melihat distribusi frekuensi dari kombinasi dua atau lebih variabel. Penggunaan metode statistik atau biasa disebut dengan rumus statistik ditentukan oleh beberapa faktor:

- a. Jenis data yang diolah yaitu nominal, ordinal, interval dan rasio
- b. Jumlah variabel, apakah *univariate* (satu variabel) atau *multivariate* (dua atau lebih variabel)

Metode tabulasi silang merupakan tabel dua atau lebih variabel yang digunakan untuk menguji asosiasi atau hubungan antar dua atau lebih variabel kategorial. Tabulasi silang merupakan cara termudah melihat asosiasi dalam sejumlah data dengan perhitungan persentase. Tabulasi silang merupakan salah satu alat yang paling berguna untuk mempelajari hubungan diantara variabel-variabel karena hasilnya mudah dikomunikasikan.

Selanjutnya, akan dijabarkan bentuk analisis ini untuk mendeskripsikan skor variabel x dan variabel y dan kedudukannya secara 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. Jumlah skor hasil kuisioner dibandingkan dengan jumlah skor kriterium dan dapat digunakan untuk mencari jumlah skor hasil kuisioner. Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- $\sum x_i$ = Jumlah skor hasil kuisioner variabel X
 x_1 = x_n

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

- Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Tinggi: SK = $STxJBxJR$

Rendah: SK = $SRxJBxJR$

Keterangan:

ST = Skor tertinggi

SR = Skor terendah

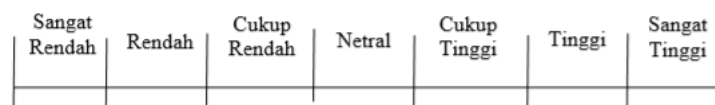
JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

- Menentukan selisih skor *continum* dari setiap tingkatan rumus:

$$R = \frac{\text{Skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{\text{Jumlah interval}}$$

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



Gambar 3. 1 Garis kontinum

- 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 memiliki tujuan untuk membuktikan serta mencari kebenaran dari hipotesis. Dalam penelitian ini, penulis bertujuan untuk menganalisis analisis verifikatif untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini memiliki dua variabel dan teknik analisa yang akan digunakan adalah regresi sederhana dan analisis korelasi.

3.8 Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas memiliki arti yakni sebuah teknik pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel. Sebaran data tersebut dapat terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya Uji Kolmogorov smirnov dan Uji normal *P-Plot*.

3.9 Analisis Korelasi

Analisis korelasi dapat digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel *independent* terhadap variabel *dependen* yang akan diteliti. (Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa Untuk dapat memberikan pemahaman mengenai kuat atau rendahnya hubungan pengaruh, dapat menggunakan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Koefisien Korealasi

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

3.10 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y) yakni minat beli dapat diprediksikan melalui variabel independent (X) yaitu *celebrity endorser*. Teknik analisis regresi sederhana pun dapat digunakan untuk memutuskan apakah variabel independen dapat meningkat atau menurun atau untuk meningkatkan keadaan variabel *dependent* dapat pula dilakukan dengan meningkatkan variabel *independent*, juga sebaliknya. Persamaan umum regresi linier sederhana adlah 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:

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

Harga b dihitung dengan rumus:

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

X dapat dikatakan mempengaruhi Y apabila jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan di Y. Dapat dikatakan bahwa naik turunnya X akan membuat nilai Y menjadi naik turun. Dengan demikian, nilai Y akan bervariasi, namun nilai Y bervariasi tersebut tidak serta merta disebabkan oleh X, karena masih adanya faktor lain yang membuat hal itu. Untuk menghitung besarnya pengaruh variabel X terhadap naik turunnya nilai Y, bisa dihitung menggunakan koefisien determinasi dengan rumus:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

3.11 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan antar kedua variabel. Dalam penelitian ini, variabel *independent* adalah *celebrity endorser* (X). Sedangkan, variabel dependen adalah minat beli (Y). Hipotesis yang digunakan untuk uji statistiknya menggunakan hipotesis nol (H_0) yang diformulasikan untuk

ditolak dan hipotesis alternative (H_1) yakni hipotesis yang diformulasikan untuk diterima. Rumusnya adalah:

$H_0: \rho = 0$, *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)

Ditolak atau tidaknya, dapat ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

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

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