

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Desain Penelitian**

Dalam menyelesaikan penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, yang dimana menggunakan data yang berbentuk numerik atau angka. Penelitian ini bertujuan untuk mengaruh variabel independen yaitu *Endorser* dan *Design* terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Toko Umama Gallery Palembang yang bertempat di Jl. Sumpah Pemuda, Lorok Pakjo, Kec. Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Dimana subjek penelitiannya adalah pengunjung dan pembeli produk Umama.

### **C. Sumber Data Penelitian**

#### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan berupa data kuantitatif yang berbentuk numerik atau angka yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner yang didapatkan dari pengunjung Umama Gallery Palembang.

#### **2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama.<sup>42</sup> Peneliti memperoleh data primer dengan menggunakan kuisisioner yang

---

<sup>42</sup> Agung Widhi Kurniawan dan Zahra Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta : Pandiva Buku, 2016).

dibagikan langsung kepada pengunjung Umama Gallery Palembang. Sedangkan data sekunder adalah data dokumentasi, data yang diterbitkan atau data yang digunakan oleh organisasi<sup>43</sup>. Peneliti memperoleh atau mengumpulkan data dari berbagai macam buku, jurnal, dan peneliti terdahulu.

#### **D. Populasi, Sampel Penelitian, dan Penentuan Ukuran Sampel**

##### **1) Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>44</sup> Populasi penelitian adalah pengunjung dan pembeli toko Umama Gallery Palembang.

##### **2) Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.<sup>45</sup> Ada 2 teknik pengambilan sampel yaitu dengan sampel probabilitas (*Probability Sampling*) dan sampel non probabilitas (*Non Probability Sampling*). Probability sampling adalah suatu teknik sampling yang memberikan peluang atau kesempatan

---

<sup>43</sup> Agung Widhi Kurniawan dan Zahra Puspitaningtyas.

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*” Cetakan Ke-22 (Bandung: Alfabeta, 2015).

<sup>45</sup> Siyoto Sandu dan M. Ali Sodik, *Dasar-Dasar Metodeologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media, 2015).

yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Non probability sampling adalah teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Non probability sampling adalah teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>46</sup>

Sampel Penelitian ini adalah pengunjung toko Umma Gallery Palembang. Dalam penelitian ini menggunakan metode *purpose sampling*, dimana dalam metode ini menggunakan kriteria tertentu.

#### **a. Penentuan Sampel**

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purpose sampling*.

Dalam hal ini peneliti menentukan kriteria sampel yang di tuju yaitu :

- a) Responden bertempat tinggal di Kota Palembang
- b) Responden merupakan pengunjung dan pembeli produk Umama pada toko Umama Gallery Palembang.
- c) Responden berusia 17-55 tahun.

Penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Hair. Et al yang mana jumlah dari populasi belum diketahui pasti dan tergantung dari jumlah

---

<sup>46</sup> Siyoto Sandu dan M. Ali Sodik, *Dasar-Dasar Metodeologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media, 2015).

indikator dikali 5 sampai 10. Indikator dari peneliti berjumlah 14.

Maka diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut.

$$14 \times 5 = 70$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh besarnya sampel sebanyak 70 responden pengunjung toko Umama Gallery Palembang.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen pengunjung Toko Umama Gallery Palembang. Kuesioner atau sering pula disebut angket adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan untuk diisi oleh responden yang selanjutnya dilakukan analisis sehingga diperoleh informasi.<sup>47</sup> Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Data kuesioner merupakan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada konsumen pengunjung Toko Umama Gallery Palembang tentang pengaruh *Endorser* dan *Design* terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini kuesioner yang digunakan dengan skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial.<sup>48</sup> Dengan skala likert, maka variabel penelitian diukur dan dijabarkan

---

<sup>47</sup> Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengelola Data Kuisisioner Menggunakan SPSS* (Jakarta : PT. Alex Media Komputindo, 2019).

<sup>48</sup> Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengelola Data Kuisisioner Menggunakan SPSS* (Jakarta : PT. Alex Media Komputindo, 2019).

menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item- item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Sewaktu menanggapi pertanyaan dalam skala likert. Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 3. 1**  
**Tabel Skala Likert**

<b>Tanda</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Bobot</b>
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

#### **F. Definisi Operasional Variabel**

Variabel dalam penelitian ini terbagi dalam 2 kelompok besar yaitu bebas dan terikat. Definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah

##### 1) Variabel Independen

Variabel dalam penelitian ini merupakan variabel independen yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel ini sering disebut variabel bebas sebab berfungsi mempengaruhi

variabel lainnya.<sup>49</sup> Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah *Endorser* (X1), dan *Design* (X2).

## 2) Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang terkena pengaruh atau akibat dari pendahulunya. Variabel ini sering disebut variabel output, criteria, konsekuen, atau dalam bahasa Indonesia disebut variabel terikat.<sup>50</sup> Dimana penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y).

**Tabel 3. 2**

### **Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Pengertian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Endorser</i> (X1)	<i>Endorser</i> dapat diartikan sebagai orang yang terlibat dalam penyampaian pesan, dapat secara langsung ataupun tidak langsung, menggunakan ketenarannya untuk mempromosikan suatu produk dan jasa. <b>McComick (2016)</b>	1. Daya Tarik ( <i>Attractiveness</i> ) 2. Dapat Dipercaya ( <i>Trustworthiness</i> ) 3. Keahlian ( <i>Expertise</i> ) 4. Kualitas dihargai ( <i>Respect</i> ) 5. Kesamaan ( <i>Similarity</i> )	<b>Likert</b>
<i>Design</i> (X2)	Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen. <b>Kotler Keller</b>	1. Model 2. Gaya 3. Variasi 4. <i>Up to date</i>	<b>Likert</b>

<sup>49</sup> Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed Method)* (Kuningan : Hidayatul Quran, 2019).

<sup>50</sup> Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed Method)* (Kuningan : Hidayatul Quran, 2019).

Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk. <b>Kotler (2020)</b>	1. Pilihan produk 2. Pilihan merk 3. Waktu pembelian 4. Jumlah pembelian 5. Metode pembayaran	<b>Likert</b>
-------------------------	---	---	---------------

Dari berbagai sumber, 2022

## G. Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen/kuesioner.<sup>51</sup> Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keabsahan atau kevalidan suatu instrument, semakin mendekati taraf signifikan (sig.) yakni 0,05% tingkatnya maka semakin baik tetapi jika lebih dari itu maka dinyatakan tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan kriteria menggunakan rtabel pada taraf 0,05%. Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  maka item dinyatakan valid sebaliknya jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  maka item dinyatakan tidak valid.<sup>52</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan atau konsistensi responden dalam menjawab berbagai pertanyaan yang berupa aspek variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner.<sup>53</sup> Uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrument dapat dipercaya. Uji ini menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur

<sup>51</sup> Dkk Tony Sitinjak, *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004).

<sup>52</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS: Mudah Mengolah Data Dengan IBMSPSS Statistik 25*. (Yogyakarta: Deepublish, 2018).

<sup>53</sup> Tim Penyusun, *Modal Pratikum: Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen* (Universitas Widyatama: Utamalab, 2015).

gejala yang sama dalam beberapa kali pengukuran. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus Cronbach's Alpha. Secara umum beberapa peneliti menggunakan nilai 0,70 sebagai standar dari reliabilitas. Jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,70$  maka instrumen dikatakan reliabel. Jika nilai Cronbach's Alpha  $< 0,70$  maka instrumen dikatakan tidak reliabel.<sup>54</sup>

## **H. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Asumsi Klasik**

#### **a) Uji Normalitas**

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mendekati distribusi normal atau tidak yang menjadi syarat untuk menentukan jenis statistik yang digunakan dalam analisis selanjutnya. Adapun jenis pengujian data normalitas yakni dengan Kolmogorov Smirnov. Dengan mengambil taraf signifikansi 5%. Data berdistribusi normal jika  $\text{sig.} > 0,05$  dan sebaliknya jika  $\text{sig.} < 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal.<sup>55</sup>

#### **b) Uji Linearitas**

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel X dan Y mempunyai hubungan linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau

---

<sup>54</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset, 2011).

<sup>55</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020).



regresi linier pengujian pada SPSS dengan menggunakan test for linearity dengan taraf signifikan 0,05.

Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikan (linearity)  $> 0,05$ .<sup>56</sup>

### **c.) Uji Multikolinearitas**

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (gejala multikolinearitas) atau tidak. Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Uji ini dilakukan jika jumlah variabel independen (variabel bebas) lebih dari satu. Pengujian multikolonieritas dilakukan dengan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Multikolonieritas pada suatu model dapat dilihat jika nilai VIF  $< 10$  dan nilai Tolerance  $> 0,1$ . Maka model tersebut dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas.<sup>57</sup>

### **d) Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah variabel pengganggu mempunyai varian yang sama atau tidak. Heteroskedastisitas mempunyai suatu keadaan bahwa varian dari

---

<sup>56</sup> Website SPSS Indonesia. Cara Melakukan Uji Linearitas Dengan Program SPSS, <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-dengan-program-spss>. Diakses pada 1 November 2022.

<sup>57</sup> Dani Rahman Diamonalisa, Nunung Nurhayati, *Mengolah Data Penelitian Akuntansi Dengan SPSS* (Malang : CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022).

residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji glejser serta melihat grafik Scaterplot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) dasar analisis heteroskedastisitas sebagai berikut: 1) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  dan ada pola tertentu (seperti titik yang membentuk pola yang teratur bergelombang, melebar, menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. 2) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  dan tidak ada pola tertentu serta titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>58</sup>

## 2. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis regresi berganda. Yaitu merupakan analisis yang memiliki variabel bebas lebih dari satu. Teknik regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Secara statistik, pengujian hipotesis dengan regresi berganda dapat diukur dengan melihat nilai statistik t, nilai statistik F, dan koefisien determinasi. Regresi berganda dalam penelitian ini untuk membuktikan ekspetasi atau dugaan peneliti mengenai pengaruh *endorser* dan *design*

---

<sup>58</sup> Dani Rahman Diamonalisa, Nunung Nurhayati, *Mengolah Data Penelitian Akuntansi Dengan SPSS* (Malang : CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022).

terhadap keputusan pembelian. Rumus analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Keterangan :**

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

- Y : Keputusan Pembelian  
X1 : *Endorser*  
X2 : *Design*  
b1 : Koefisien variabel *endorser*  
b2 : Koefisien variabel *design*  
a : Konstanta  
e : Tingkat eror, tingkat kesalahan

**a. Uji t (Parsial)**

Merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel independent berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Adapun kriteria pengujian uji parsial adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai t hitung  $>$  t tabel maka  $H_0$  ditolak.
- 2) Jika nilai t hitung  $<$  t tabel maka  $H_0$  diterima.

Berdasarkan signifikan :

- a) Jika signifikan  $>$  0,05 maka  $H_0$  ditolak
- b) Jika signifikan  $<$  0,05 maka  $H_0$  diterima

### **b. Uji F (Uji Simultan)**

Uji statistik F simultan ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel ( $Y$ ). Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dan F tabel. Namun sebelum membandingkan nilai F tersebut, harus ditentukan tingkat kepercayaan ( $1-\alpha$ ) dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) =  $F = k-1$  dan  $df_2 = n-k$  agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut :<sup>59</sup>

- a.  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan atau  $Sig > 0,05$ . Artinya secara simultan variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b.  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan  $Sig < 0,05$ . Artinya secara simultan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### **c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefesian Determinasi digunakan untuk mengetahui presentasi perubahan variabel tidak bebas ( $Y$ ) yang disebabkan variabel bebas ( $X$ ).  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada

---

<sup>59</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Edisi Tujuh*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm.98.

sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila  $R^2$  sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna dan semakin layak suatu model untuk digunakan.