

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada awal pembuatannya, jenis yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Dalam metode ini penelitian akan mengumpulkan variabel yang diteliti yang akan dihubungkan nanti. Pada data yang akan dikumpulkan melalui langkah penelitian dimulai dengan menganalisis data yang memiliki sifat terstruktur yang akan diuji dalam hipotesis pada penelitian yang sudah dinyatakan (Sugiyono, 2013).

Pembuatan penelitian ini akan menggunakan metode survei dalam pencarian datanya. Penjelasan survei menurut (Sugiyono, 2013) pengumpulan data yang akan diuji dengan hipotesis pada waktu yang lalu atau sekarang diperkumpulan wilayah sekitar melalui pengawasan yang hasilnya bisa dilanjutkan pada penelitian yang akan datang nanti.

B. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

1. Populasi

Penjelasan populasi oleh (Sugiyono, 2013) sebuah wilayah yang dijadikan tempat untuk penelitian baik di area yang kecil maupun yang besar yang mana hasilnya akan menjadi kesimpulan untuk dipelajari lagi. Pada populasi yang akan diteliti yaitu seluruh pemakai produk Ms. Glow di kota Samarinda.

2. Sampel

Pada pencarian sampel diperhatikan dari banyaknya individu di wilayah tersebut melalui tempat yang biasa sering diwakili oleh banyak populasi di sana. Dengan mengumpulkan semua hasil yang telah didapatkan bisa dipergunakan untuk pembuatan penelitian (Sugiyono, 2013). Penggunaan cara pada pengambilan sampel yaitu *probability sampling* melalui *purposive sampling* yaitu pencarian data yang lebih akurat dengan karakter yang di survei Sugiyono, (2013). Kriteria pada penentuan responden dalam penelitian adalah : (1) Jenis kelamin, (2) frekuensi pembelian dan pemakaian, (3) mendapatkan informasi tentang Ms. Glow.

Pengambilan sampel yang diambil oleh peneliti menggunakan pendapat Hair et al, (2014) seperti penghitungan indikator yang akan dijumlah melalui perkalian dari 5 atau 10. Pada hitungan tersebut penelitian akan dijumlahkan $11 \times 10 = 110$ responden. Sehingga jumlah sampel penelitian ini 110 responden, akan tetapi untuk menghindari kesalahan dalam pengolahan data penelitian kuantitatif sampel dapat lebih dari sampel yang ditentukan. Sehingga penelitian ini menggunakan jumlah sampel yaitu sebanyak 110 responden.

Data dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner dengan diatur melalui skala likert (likert scale), yaitu sebuah rancangan dalam pengukuran sejauh mana individu yang ikut dalam survei menyetujui beberapa pernyataan yang telah diberikan diantaranya adalah:

Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1
Tidak Setuju (TS)	= 2
Ragu/Netral	= 3
Setuju (S)	= 4
Sangat Setuju (SS)	= 5

Dalam mendapatkan point pada survei dengan memakai skala likert yang terdiri dari 5 pilihan. Dengan adanya opsi tersebut pada setiap jawaban akan mendapatkan point yang membuat responden bisa memilih sesuai keinginan yang didukung maupun tidak. Hasil tersebut akan dijadikan pengukuran pada variabel indikator penelitian.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dengan menjelaskan beberapa variabel yang akan digunakan, diantaranya yaitu Variabel independent (X) yang dimana memiliki pengaruh terhadap variabel dependent. Pada variabel independent yang akan digunakan yaitu (X1) *Celebrity Endorsement*. Selanjutnya ada Variabel dependent (Y) yang memiliki kebalikannya dengan terpengaruh oleh variabel lainnya. Penggunaan variabel dependent yang dipakai yaitu (Y1) *Purchase Decision* dan (Y2) *Customer Loyalty*. Pengukuran variabel dan definisi operasional pada penelitian yang akan dibuat bisa disaksikan dari tabel berikut yaitu :

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator

Variabel	Item	Kuesioner	Sumber
<i>Celebrity Endorsement</i> (X1) (Penggunaan selebriti untuk memasarkan produk Ms. Glow kepada konsumen)	CE1	Selebriti yang menjadi duta Ms. Glow merupakan sosok yang terkenal.	Dachi (2020)
	CE2	Selebriti yang menjadi duta Ms. Glow memiliki citra yang baik dimata masyarakat.	
	CE3	Selebriti yang menjadi duta Ms. Glow mencerminkan produk Ms. Glow.	
<i>Purchase Decision</i> (Y1) (Keputusan akhir dalam melakukan pembelian produk Ms. Glow setelah mempertimbangkan hal-hal tertentu).	PD1	Saya mencari informasi tentang produk Ms. Glow sebelum melakukan pembelian.	Dachi (2020)
	PD2	Saya yakin dengan keputusan saya untuk membeli produk Ms. Glow.	
	PD3	Saya menggunakan produk Ms. Glow lebih dari dua kali.	
	PD4	Saya merasa puas setelah melakukan pembelian produk Ms. Glow.	
<i>Customer Loyalty</i> (Y2) (Kesetiaan pelanggan terhadap produk Ms. Glow).	CL1	Untuk produk kecantikan, saya lebih menyukain produk Ms. Glow daripada produk lain.	Dachi (2020)
	CL2	Saya akan terus membeli produk Ms. Glow untuk kedepannya.	
	CL3	Saya merekomendasikan produk Ms. Glow kepada orang lain.	
	CL4	Saya menyampaikan hal-hal positif tentang produk Ms. Glow kepada orang lain.	

Sumber : (Dachi, 2020)

D. Sumber Data Penelitian

Pada pengertian sumber merupakan sebuah informasi yang didapatkan dan memiliki dua data diantaranya sekunder atau primer:

- a. Penjelasan data primer yaitu pengumpulan data yang didapatkan langsung pada saat sumber sudah diberikan kepada peneliti. Dengan memberikan kuesioner kepada responden dalam bentuk *google form* yang akan digunakan dalam pengerjaan penelitian (Sugiyono, 2013).
- b. pengertian data sekunder berupa informasi yang bisa didapatkan tanpa perlu mendapatkannya secara langsung, seperti melalui jurnal dan artikel atau bisa menggunakan internet dalam pencarian untuk bahan penelitian yang dikerjakan (Sugiyono, 2013).

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada teknik dalam pengumpulan data penelitian ini akan menggunakan melalui data sekunder dan data primer.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dalam pengertian data primer yang dikutip dari (Sugiyono, 2013) mendapatkan sesuatu yang diteliti melalui data yang sudah didapatkan secara langsung. Dan sumbernya didapatkan dengan cara kuesioner.

Penjelasan kuesioner ialah sebuah pilihan tertulis yang akan diberikan responden untuk menjawab berbagai pernyataan yang ada. Proses untuk membagikan kuesioner melalui *online* dalam penggunaan *google form* yang akan dibagikan ke beberapa media yang digunakan oleh responden yang sesuai dengan penelitian (Sugiyono, 2013). Langkah - langkah teknik pada pengumpulan penelitian data ini akan dilaksanakan diantaranya yaitu:

1. Membagikan kuesioner kepada responden.
2. Memberi penjelasan tentang kuesioner kepada responden.
3. Responden memahami dan melakukan pengisian terhadap kuesioner.
4. Pengumpulan hasil kuesioner responden yang sudah diisi.
5. Pada hasil yang dikumpulkan akan dikaji dan ditabulasikan oleh peneliti.

Seluruh hasil kuesioner yang sudah ada akan dibagikan memiliki 2 bagian. Pada bagian pertama yaitu isi tentang pembahasan yang umum tentang karakter responden untuk memahami setiap individu. Dan bagian kedua memiliki isi terhadap pernyataan yang bisa dijadikan bahan analisis yang akan dipelajari pada penelitian pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Decision* dan *Customer Loyalty* pada produk Ms. Glow di kota Samarinda.

Pada data sekunder yang bisa dihubungkan untuk melengkapi data primer. Dibutuhkan beberapa cara dalam penggunaan internet maupun jurnal yang sudah diteliti pada waktu lalu. Dengan data sekunder akan disediakan pada bentuk tabel untuk bisa mendukung kelengkapan penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Penggunaan pada analisis penelitian ini yaitu software SmartPLS melalui komputer yang akan dipakai, dan kegunaan PLS dengan SEM memiliki kesamaan. Fungsinya adalah dapat mengukur pengujian terhadap validitas atau reliabilitas yang bisa dengan bebas menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan penjumlahan pada penelitian.

Kegiatan akan dilakukan dengan mempelajari secara langsung pada produk Ms. Glow di Kota Samarinda. Studi ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data

khususnya hal-hal yang berkaitan dengan pengukuran pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Decision* dan *Customer Loyalty*.

1. Analisis Deskriptif

Analisis pada penelitian deskriptif memiliki lima pilihan dari yang tinggi sampai yang rendah, cara untuk bisa mendapatkan hasil dari poin yang didapat bisa dihitung dengan cara yaitu (Sudjana, 2005):

$$\text{Rentan skor} = \frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

Tabel 3.2 Analisis Deskriptif

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1,0-1,8
Tidak Setuju	1,9-2,7
Netral	2,8-3,6
Setuju	3,7-4,5
Sangat setuju	4,6-5,4

Sumber : Sudjana, (2005)

2. Uji Validitas

Pada tahapan ini validitas memiliki dua jenis diantaranya yaitu validitas internal seperti pengukuran ketepatan akurasi hasil penelitian, dan validitas eksternal yang mengukur tingkat akurasi pada hasil yang telah didapatkan apakah bisa penelitian diterapkan sesuai dengan sampel yang ada (Sugiyono, 2013). Dalam validitas internal ada beberapa bagian yaitu validitas konstruk dan validitas kualitatif, penjelasan validitas kuantitatif dapat memiliki validitas isi yang bisa menunjukkan pengukuran dalam suatu konsep yang diwakili, dan validitas tumpang

memiliki cara mengukur dari segi konsep penampilan. Pada bagian validitas konstruk yang menuju tentang penilaian dari seberapa bagusnya alat yang diukur dalam penelitian. Beberapa validitas konstruk yang menjadi bagian diantaranya diskriminan dan konvergen yang digunakan pada analisis (Abdillah & Jogiyanto, 2016).

1. Validitas Konvergen

Pengertian pada konvergen yaitu ketika penjumlahan point yang didapat memiliki perbedaan pada nilai yang tinggi antara dua indikator lainnya.

a. *Loading factor* atau *Outer Loading*

Penilaian PLS terhadap *convergent* diindikator mengikuti *loading factor* yang menyebabkan adanya hubungan dengan indikator yang lain. pada pengukuran di *rule of thumb* digunakan dengan jumlah 0,7 yang bisa dikatakan semakin baik penjumlahan pada *loading factor* bisa mendapatkan hasil yang bagus.

b. *Average Variance Extracted (AVE)*

Ada cara lain dalam menentukan nilai validitas konvergen yaitu dengan melihat *Average Variance Extracted* atau (AVE) yang bisa memiliki nilai yang tinggi dari 0,5, dengan hasil diatas itu bisa mendapatkan penelitian yang tepat.

2. Validitas Diskriminan

a. *Cross Loading*

Pembahasan mengenai validitas diskriminan yang memiliki pengukuran sendiri yang dimana korelasi hubungan indikator tidak semestinya

memiliki nilai yang besar dan bisa memiliki sebuah nilai yang berbeda dari yang lain. penjumlahan diskriminan bisa dilihat dari *cross loading* pada saat indikator yang memiliki penilaian yang besar diusahakan untuk mempertimbangkan hasil dalam pengujian yang cocok dengan penelitian.

Tabel 3.3 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
Konvergen	Faktor loading	Lebih dari 0,7
	Average Variance Extracted (AVE)	Lebih dari 0,5
	Communalilty	Lebih dari 0,5
Diskriminan	Akar AVE dan Korelasi variabel laten	Akar AVE > Korelasi variabel laten
	Cross loading	Lebih dari 0,7 dalam satu variabel

Sumber : (Abdillah & Jogiyanto, 2016)

3. Uji Reliabilitas

a. *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Dengan adanya reliabilitas, penjumlahan bisa dilakukan melihat akurasi dan ketepatan pada alat yang melakukan ukuran penelitian. Pada uji tahap ini memiliki beberapa metode diantaranya *Composite reliability* yang menghitung penilaian yang sebenarnya dan *Cronbach's alpha* yang bisa mengukur perbatasan antar nilai. Pada penilaiannya bisa memiliki hasil pada 0,7 atau sampai 0,6. Dan hasil indikator yang valid bisa dipastikan memiliki hasil yang reliabel pada sebuah penelitian.

4. Model Struktural (*Inner Model*)

a. *Goodness-Fit Model*

Penggunaan PLS di sematkan pada R2 untuk dikendalikan pada variabel dependen dan dievaluasi pada *t-values* di setiap jalur yang ingin diuji terhadap nilai yang memiliki signifikan akan dilihat dari besar kecil hubungan antar variabel. Jika nilai memiliki hasil yang besar pada R2 maka sangat bagus penjumlahan penelitian yang didapatkan. Seperti hasil R2 yang memiliki nilai 0.77, bisa dihitung menjadi 77% yang akan menjadi hasil pada sebuah variabel. Pada hasil lain yang memiliki nilai 23% bisa ditentukan dengan yang variabel lainnya. Tapi dari semua hasil itu R2 tidak bisa dijadikan sebuah patokan apakah hasil tersebut baik atau tidak.

Dalam pengukuran yang bisa menampilkan hasil signifikan pada pengerjaan penelitian. Poin *inner model* pada hasil yang ada pada di *T-statistic* memiliki nilai yang lebih dari 1,96 pada sebuah hipotesis dipenelitian yang sudah memiliki sebuah hasilnya (Abdillah & Jogiyanto, 2016).