

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode ialah tata cara dalam pemecahan suatu masalah. Dalam penelitian metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan survei yang dapat dijelaskan sebagai metode mengumpulkan data informasi yang dirancang menggunakan susunan atas beberapa pertanyaan yang diajukan kepada responden.

Menurut Sialen (2018:18) mengungkapkan “penelitian kuantitatif yaitu metode kuantitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk angka yang biasanya menggunakan statistik deskriptif atau inferensial untuk dianalisis”

Sedangkan pengertian deskriptif menurut Dowson dalam Silalahi (2015) metode penelitian dapat dipahami sebagai semua teknik yang digunakan dalam melakukan penelitian. Metode atau teknik penelitian merujuk pada metode yang digunakan peneliti dalam melakukan sebuah penelitian. Dengan kata lain metode penelitian adalah semua teknik atau tata cara yang digunakan dalam penelitian selama mempelajari masalah penelitiannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif.

B. Obyek Penelitian

Objek penelitian ialah target untuk mendapatkan suatu data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sugiyono (2018:57) mempunyai prinsip bahwa objek penelitian ialah suatu pelengkap, objek atau kegiatan yang mempunyai keberagaman tertentu yang ditetapkan dalam penelitian untuk dianalisis dengan hasil akhir pada kesimpulannya. Pada objek penelitian kali ini yaitu efektivitas *celebrity endorsment* yang telah dilakukan dalam Virtual Jatim Fair 2020.

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Menurut Sudjana (2010:6) populasi merupakan hasil total seluruh nilai yang memungkinkan, hasil yang dapat menghitung ataupun mengukur sesuatu, kuantitatif maupun kualitatif dalam karakteristik tertentu dari seluruh bagian kelompok yang lengkap dan jelas serta mempelajari sifat-sifatnya.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengikut atau *followers* dari akun instagram @jatimfair yang pada tanggal 30 Maret 2021 mencapai 39.693 followers.

2. Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik nonprobability sampling. Non-probability sampling merupakan suatu teknik sampling dimana populasi tidak diberikan peluang atau kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai anggota sampel (Ridwan, 2015). Kriyantono (2012: 154) mengatakan bahwa *purposive*

sampling adalah teknik pengambilan sebuah sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian, dengan catatan sampel yang digunakan telah sesuai dengan kriteria yang dirancang dan telah ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2014) jenis teknik non-probability sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan atas pertimbangan suatu hal tertentu. Teknik ini dipilih peneliti karena sesuai dengan kriteria tertentu dan sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan kepada pengikut atau *followers* dari akun media sosial instagram @jatimfair yang telah mengunjungi Virtual Jatim Fair 2020 melalui halaman website ataupun *official e-commerce* yaitu tokopedia.

Metode yang digunakan untuk memnentukan jumlah responden minimal peneliti menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dapat rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N \times Z^2 \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) \times p(1 - p)}{d^2(N - 1) + Z^2 \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) \times p(1 - p)}$$

$$n = \frac{(1,960)^2 \times 0,59 \times 0,41 \times 39693}{(0,1)^2(39693 - 1) + (1,960)^2 \times 0,59 \times 0,41}$$

$$n = \frac{36886,0317}{396,92 + 0,34651232}$$

$$n = 92,84$$

$$n = 93$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi (39.693)

- p = estimasi proporsi (59%)
- $Z^2 1 - \frac{\alpha}{2}$ = statistik Z (Z = 1,96 untuk $\alpha = 0,5$)
- d = presisi absolut (10%)

Perhitungan jumlah responden dengan metode Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dihasilkan 93 responden. Pengambilan responden dilebihkan sekitar 15%, sehingga totalnya menjadi 107 responden.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah suatu proses yang penting dalam mendapatkan data pada penelitian. Dalam penelitian, seorang peneliti harus mendapatkan data yang dapat memenuhi standar data yang telah ditentukan, oleh sebab itu maka diperlukan pengumpulan data (Sugiyono, 2017: 308). Dengan teknik yang sudah diatur, maka peneliti dapat dengan mudah melakukan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Survei

Metode survei adalah pengajuan beberapa tingkat pertanyaan untuk mendapatkan data faktual yang terjadi dari fenomena yang telah ada sebelumnya dan mencari keterangan secara fakta, baik mengenai institusi sosial, ekonomi, atau politik dalam suatu kelompok ataupun suatu daerah. Metode survei merupakan metode yang menyelidiki serta mengenal masalah dan mendapatkan pembenaran secara fakta terhadap keadaan dan praktek-praktek

yang sedang berlangsung (Moch. Nazir, 2003: 56). Adapun survei yang dilakukan pada penelitian ini, survei akan dilakukan kepada *followers* instagram @jatimfair dengan menyebarkan kuesioner berupa formulir *online*.

b. Wawancara

Menurut wawancara adalah perihal komunikasi yang terjadi dengan maksud dan tujuan yang telah ditentukan dan adanya pencatatan yang ditulis. Komunikasi yang terjadi akan dilakukan oleh kedua belah pihak, peneliti sebagai yang memberikan beberapa pertanyaan dan narasumber akan menjawab dari pertanyaan yang diajukan Moleong (2016: 186). Adapun persiapan yang dilakukan pewawancara yaitu, membuat komponen pertanyaan, dimulai dari urutan, pentingnya pertanyaan yang diajukan, waktu, dan merumuskan pertanyaan (Moleong, 2016: 192). Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan kepada *followers* instagram untuk mendapatkan data yang lebih spesifik mengenai dan *project manager* dari Virtual Jatim Fair 2020.

c. Studi Kepustakaan

Menurut Sugiyono (2012, hlm.291), studi kepustakaan sangat erat kaitannya dengan penelitian teoritis sebagai acuan terkait dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang dalam lingkungan sosial yang diteliti, studi kepustakaan sangat penting dalam penelitian dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur ilmiah.

Studi kepustakaan sering disebut juga studi bibliografi. Studi bibliografi mengacu kepada proses penelusuran sumber – sumber tertulis berupa buku, laporan, penelitian terdahulu, jurnal, dan sejenisnya yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian.

2. Instrumen Penelitian

Menurut Sukmadinata (2010, hlm. 230) menyatakan bahwa: instrumen penelitian adalah berupa tes yang bersifat mengukur, karena berisi mengenai alternatif pertanyaan dan pernyataan yang dikandungnya memiliki standar jawaban tertentu, benar salah maupun skala jawaban. Instrument yang berisi jawaban skala, berupa pertanyaan atau pernyataan dan jawabannya adalah skala deskriptif ataupun skala linear.

a. Angket/Kuesioner

Menurut Arikunto (2013: 194) menyatakan bahwa kuesioner merupakan pengajuan pertanyaan secara tertulis dengan tujuan untuk mendapatkan informasi dari responden dalam artian informasi mengenai pribadinya atau sesuatu yang responden ketahui.

Skala *likert* digunakan untuk pengukuran sikap, pemahaman, dan tanggapan seseorang maupun sekelompok orang mengenai fakta sosial (Sugiyono, 2018: 93). Kuesioner ataupun angket akan menggunakan skala *Likert* dalam bentuk *checklist*. Dengan skala *Likert*, terjadi pemaparan suatu variabel yang diukur menjadi indikator variabel. Lalu indikator tersebut disebut sebagai titik tolak

ukur untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

TABEL 6
SKOR SKALA *LIKERT*

Jawaban	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

Sumber: Sugiyono (2018: 135)

Dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner ini akan dilakukan secara *online* melalui google formulir yang akan disebar kepada *followers* instagram akun resmi *Jatim Fair*.

b. Pedoman Wawancara

Menurut Sugiyono (2018: 233) definisi wawancara secara umum ialah kegiatan mendapatkan suatu memberikan informasi untuk tujuan peneliti secara tatap muka atau dengan tanpa menggunakan pedoman. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan dengan metode pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap sebagai kumpulan data, namun hasil yang diperoleh dapat disesuaikan dengan narasumber (Sugiyono, 2018: 233).

c. Literatur

Literatur dapat juga disebut sebagai sumber maupun acuan dasar dalam penulisan. Literatur ini juga dapat disebut sebagai suatu rujukan yang dipergunakan dalam mendapatkan informasi tertentu yang dapat berupa buku maupun beberapa jenis tulisan lainnya.

E. Definisi Variabel Operasional

Variabel operasional adalah definisi tentang pernyataan seperangkat petunjuk, kriteria atau operasi yang lengkap mengenai apa yang akan diteliti dan bagaimana menelitinya dengan memiliki rujukan-rujukan empirik (Silalahi, 2015:311).

1) *Trustworthiness* (Kepercayaan)

Pada sub variabel ini difokuskan pada pengukuran seberapa besar tingkat kepercayaan *followers* terhadap akun dari masing-masing *celebrity endorsement* yang telah meliput kegiatan selama Virtual Jatim Fair 2020.

Sebuah kepercayaan dapat terbangun diantara pihak-pihak yang belum saling mengenal. Untuk mengukur sub variabel ini, peneliti memakai tiga indikator yaitu Benevolence atau penilaian terhadap seberapa besar atau kepedulian penjual dan motivasi untuk menarik konsumen, Integrity atau penilaian terhadap kejujuran penjual dan pemenuhan janji yang telah dijanjikan, serta competence yaitu untuk mengukur kemampuan penjual untuk memenuhi kebutuhan konsumennya (McKnight et al, 2006).

Pada sub variabel ini terdapat tiga indikator yang digunakan diantaranya ialah *dependability* atau dapat diartikan dapat diandalkan, yaitu untuk mengukur kekuatan profesionalitas seseorang terhadap kerja sama yang telah dilakukan. Selanjutnya ialah *honest* atau kejujuran di mana indikator ini digunakan untuk mengukur seberapa meyakinkan *celebrity endorsement* dalam mengulas produk maupun jasa. Selanjutnya indikator *reability* atau dapat disebut keandalan yaitu untuk mengukur seberapa handal *celebrity endorsement* dalam *endorsement* dapat dilihat melalui komunikatif saat pembawaan dan lainnya. Indikator selanjutnya adalah *trustworthy* dapat diartikan kepercayaan *followers* pada saat memberikan ulasan.

2) *Expertise* (Keahlian)

Pada sub variabel ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh keahlian *celebrity endorsement* dalam mempromosikan suatu jasa ataupun produk sesuai dengan bidangnya masing-masing. Untuk mengukur sub variabel ini, peneliti menggunakan empat indikator yaitu sikap *followers* apakah *celebrity endorser* tersebut memiliki pengetahuan yang luas tentang bidang spesialisasinya. Indikator selanjutnya adalah *celebrity endorser* tersebut memiliki pengalaman yang cukup pada bidangnya sehingga dapat melakukan ulasan dengan tepat. Selanjutnya adalah indikator sikap konsumen apakah *celebrity endorser* tersebut memiliki relevan yang cocok untuk dan saling memiliki hubungan atau kaitan tertentu pada bidangnya. Dan indikator terakhir pada sub variabel ini adalah sikap *followers* terhadap *celebrity*

endorser yang dapat memiliki kekuatan untuk mempengaruhi tindakan atau perilaku orang lain.

3) *Credibility* (Kredibilitas)

Sub variabel ini lebih difokuskan untuk mengukur seberapa besar tingkat kredibilitas seorang *celebrity endorser* yang akan terbagi menjadi empat indikator diantaranya adalah sikap konsumen tentang kepercayaan diri *celebrity endorser* saat mempromosikan sesuatu. Selanjutnya ada indikator sikap konsumen tentang keberanian moral *celebrity endorser* karena, keberanian moral melibatkan pertimbangan atau pemikiran yang cermat dan dapat menjadi teladan bagi *followers* untuk kedepannya. Indikator selanjutnya adalah sikap konsumen terhadap ketulusan *celebrity endorser* dalam memaparkan hal dalam konteks promosi. Dan indikator terakhir yaitu sikap konsumen mengenai *celebrity endorser* dapat memberikan informasi kepada *followers* yang diperlukan baik produk maupun layanan secara akurat.

4) *Attractiveness* (Daya Tarik)

Pada sub variabel *attractiveness* digunakan untuk mengukur seberapa daya tarik *celebrity endorser* terhadap konsumen ataupun *followers*. Dan pada sub variabel ini terbagi menjadi lima indikator yang berbeda salah satunya adalah daya tarik *celebrity endorser* terhadap kecantikan yang dimilikinya. Kecantikan yang dimaksudkan disini adalah bukan secara fisik melainkan cantik berdasarkan penampilannya. Indikator selanjutnya adalah memiliki daya tarik untuk

mendukung promosi dengan konten yang berkualitas tidak hanya sebatas sekedar mempromosikan sesuatu.

Selanjutnya indikator yang tidak kalah penting ialah *celebrity endorser* yang memiliki karakter yang kuat dan menarik dalam konteks baik untuk *followersnya*. Indikator yang menjadi acuan selanjutnya adalah *celebrity endorser* yang berkelas, yang dimaksudkan disini adalah mengukur bahwa tindakan maupun pengalamannya telah berada diatas rata-rata dan memiliki reputasi yang baik dalam publik. Dan indikator lainnya adalah *celebrity endorser* yang mempunyai kepribadian yang baik sehingga dapat menjadi contoh bagi masyarakat luas.

Dari yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti menampilkan operasional variabel menjadi tampilan dalam matriks sebagai berikut:

TABEL 7

MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Konsep	Variabel	Sub-variabel	Indikator	Alat Kumpul Data	Skala
Shimp (2003:460) <i>celebrity endorser</i> adalah individu yang terpancang oleh masyarakat sebagai individu yang disenangi dan memiliki keunggulan menarik yang membedakannya dirinya dengan individu lainnya.	<i>Celebrity endorsment</i>	<i>Trustworthiness</i>	<i>Dependability</i>	Q.1	Ordinal
			<i>Honest</i>	Q.2	Ordinal
			<i>Realibility</i>	Q.3	Ordinal
			<i>Trustworthy</i>	Q.4	Ordinal
		<i>Expertise</i>	Pengetahuan yang luas	Q.5	Ordinal
			Pengalaman yang cukup	Q.6	Ordinal
			Relevan sesuai bidang	Q.7	Ordinal
			Kekuatan untuk mempengaruhi	Q.8	Ordinal
		<i>Credibility</i>	Kepercayaan diri	Q.9	Ordinal
			Keberanian moral yang teladan	Q.10	Ordinal

Selain itu mereka digunakan karena terkenal termasuk penampilan, keberanian, bebakat, keanggunan, kekuatan, dan daya tarik yang sering mewakili daya tarik yang diinginkan oleh merek yang mereka iklankan			Ketulusan dalam mempromosikan	Q.11	Ordinal
			Kejujuran dalam mengulas sesuatu	Q.12	Ordinal
	<i>Attractiveness</i>		Penampilan yang menarik	Q.13	Ordinal
			Konten yang berkualitas	Q.14	Ordinal
			Karakter yang kuat dan menarik	Q.15	Ordinal
			Berkelas atau mempunyai reputasi yang baik	Q.16	Ordinal
			Kepribadian yang menarik perhatian	Q.17	Ordinal

Sumber : M. Majeed et al (2020)

F. Analisis Data

Sugiyono (2017:147) menyatakan bahwa analisis data merupakan aktivitas yang dilakukan apabila data dari responden atau sumber lain sudah didapatkan. Analisis data ialah mengolah data berlandaskan pada variabel dan jenis responden, mentabulasi data berlandaskan variabel dari semua responden, menampilkan data dari setiap variabel yang diteliti, melaksanakan perhitungan dalam menanggapi rumusan masalah, dan melaksanakan perhitungan untuk menjawab hipotesis yang telah dibuat (Sugiyono, 2017:147)

1. Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis staktistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan memberikan gambaran atau deskripsi data dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum range*, kurtosis dan skewness (ketidak sesuaian distribusi). Analisis ini merupakan teknik deskriptif

yang memberikan informasi mengenai data yang dimiliki dan tidak bertujuan untuk menguji hipotesis (Ghozali, 2011: 19).

Penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 25 dan Microsoft Excel untuk memproses dan mengolah data statistik dengan output yang ditampilkan dalam bentuk table, gambar, maupun grafik.

a. Uji Validitas

Hasil penelitian dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang sebenarnya terjadi pada obyek penelitian. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur terhadap hal yang harus diukur (Sugiyono, 2018:121). Teknik validitas yang digunakan pada penelitian ini ialah teknik korelasi *product moment* atau dikenal juga dengan korelasi *pearson*. Dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi antara X dan Y

N = Banyaknya Subjek

X = Nilai Pemanding

Y = Nilai dari instrument yang akan dicari validitasnya

$\sum X^2$ = Total kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = Total kuadrat nilai Y

Analisis ini merupakan metode penyesuaian skor setiap item melalui skor total. Skor total adalah jumlah dari semua item. Item pertanyaan yang berhubungan dengan skor total menunjukkan item tersebut mampu memberikan dukungan untuk mengungkap sesuatu dengan dikatakan valid. Hal tersebut dikatakan valid jika r hitung \geq r tabel (uji 2 sisi dengan signifikan 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Untuk Uji Validitas, peneliti menggunakan alat bantuan SPSS versi 25 dengan menggunakan rumus Bivariate Pearson. Dan didapatkan data hasil dari uji validitas kuesioner yang dilakukan sebagai berikut:

TABEL 8
HASIL UJI VALIDITAS

Nomor Instrumen	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Q1	0,801	0,361	Valid
Q2	0,676	0,361	Valid
Q3	0,825	0,361	Valid
Q4	0,643	0,361	Valid
Q5	0,782	0,361	Valid
Q6	0,608	0,361	Valid
Q7	0,659	0,361	Valid
Q8	0,859	0,361	Valid
Q9	0,653	0,361	Valid
Q10	0,710	0,361	Valid
Q11	0,787	0,361	Valid
Q12	0,759	0,361	Valid
Q13	0,811	0,361	Valid
Q14	0,704	0,361	Valid
Q15	0,736	0,361	Valid
Q16	0,732	0,361	Valid
Q17	0,543	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2021)

Berdasarkan pada tabel diatas, didapatkan hasil bahwa perhitungan antara r hitung dengan r tabel menunjukkan 17 pertanyaan telah dinyatakan valid, oleh karena itu pertanyaan dapat digunakan sebagai instrument penelitian dan dapat disebarkan kepada responden.

b. Uji Reabilitas

Imam Ghozali (2018) mengemukakan bahwa, reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator variabel atau struktur. Jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner dikatakan reliabel. Teknik yang digunakan untuk uji reabilitas dalam penelitian ini adalah *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

α = Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach

k = Banyaknya item pertanyaan

$\sum s_i^2$ = Banyaknya varian skor item

s_t^2 = Varian skor uji seluruh item k

Ghozali (2018) menunjukkan bahwa Alpha cronbach's dapat diterima jika $> 0,6$. Semakin dekat alpha cronbach's dengan 1, semakin tinggi keandalan konsisten internal.

Pada penelitian ini peneliti melakukan Uji Realibilitas menggunakan alat bantuan SPSS versi 25 dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Dan didapatkan data hasil dari uji realibilitas kuesioner sebagai berikut:

TABEL 9

HASIL UJI REABILITAS

Cronbach's Alpha	N of Items
0,940	17

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2021)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa hasil perhitungan dengan penggunaan rumus Cronbach's Alpha dari 17 pertanyaan kuesioner yang telah disebarkan didapatkan hasil 0,940. Hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa pertanyaan yang disebarkan kepada responden dinyatakan reliabel.

G. Jadwal Penelitian

TABEL 10

JADWAL PENELITIAN

No	Deskripsi Kegiatan	2021						
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Pra Survei							
	a. Persiapan Judul							
	b. Pengajuan Judul							
	c. Pembagian Dosen Pembimbing							
	d. Mencari Lokus Penelitian							
	e. Pengambilan Data Awal Penelitian							
2	Usulan Penelitian							
	a. Penulisan Usulan Penelitian							
	b. Bimbingan Usulan Penelitian							

	c. Seminar Usulan Penelitian							
3	Pengumpulan Data							
4	Pengolahan Data							
5	Penyusunan Proyek Akhir							
6	Pengumpulan Proyek Akhir							
7	Sidang Proyek Akhir							

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2021