

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang diangkat untuk mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh penggunaan Lee Min Ho sebagai *celebrity endorser* Lazada Indonesia (X) terhadap minat beli konsumen (Y). Maka pendekatan ini bersifat kuantitatif dan bersifat eksplanatif yang memiliki tujuan untuk menjelaskan pengaruh dan hubungan antar variabel bebas (Lee Min Ho sebagai *celebrity endorser* Lazada) dengan variabel terikat (minat beli). Pendekatan kuantitatif merupakan metode yang dilandaskan oleh filsafat positivisme dan biasa digunakan untuk meneliti populasi atau sampel. Teknik pengambilan sampel ini diambil secara acak, kemudian data dikumpulkan dengan menggunakan instrument penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2013, p. 13).

### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei. Metode survei merupakan metode yang membutuhkan penulis untuk menyebarkan kuesioner dengan tujuan sebagai alat penelitian terhadap sampel yang telah ditentukan dari suatu populasi tertentu karena informasi yang akan dikumpulkan berasal dari jawaban setiap kuesioner yang sudah disebarkan sebelumnya. Menurut Malhotra, Nunan, & Birks (2017, p. 269) kuesioner yang terstruktur diberikan pada target sampel yang direncanakan untuk memperoleh informasi spesifik dari responden. Dalam survei, kuesioner yang dibuat akan berupa data pertanyaan dengan pilihan jawaban skala likert (1-4). Hasil survei ini akan dijadikan sebagai tolak ukur untuk melihat seberapa besar pengaruh penggunaan Lee Min Ho sebagai *celebrity endorser* terhadap minat beli di *e-commerce* Lazada Indonesia

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram dari Lazada Indonesia (@lazada\_id) yang berjumlah 2.754.688 orang. Populasi ini diambil per tanggal 2 Maret 2021, pukul 19.58 WIB. Sampel yang diambil juga merupakan *followers* akun Instagram Lazada Indonesia (@lazada\_id) yang pernah melihat postingan instagram @lazada\_id yang memperlihatkan Lee Min Ho sebagai *celebrity endorser*.

Teknik yang digunakan pada sampel adalah *purposive sampling*. Teknik yang tidak memberikan kesempatan yang sama pada populasi yang pilih sebagai sampel dengan jenis *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penarikan sampel yang datanya diambil melalui informasi yang disesuaikan dengan kriteria yang sudah ditentukan dengan penelitian ini. Pengambilan sampel akan dilakukan dengan kriteria yang sudah ditentukan, yaitu:

1. Responden mengetahui aktor Lee Min Ho.
2. Responden pernah melihat unggahan Instagram @lazada\_id yang memperlihatkan Lee Min Ho sebagai *celebrity endorser*.

Penelitian ini akan menggunakan rumus dari Malhotra guna untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan untuk dijadikan responden.

**Gambar 3.1 Ukuran Sampel**

<i>Type of study</i>	<i>Minimum size</i>	<i>Typical range</i>
Problem identification	500	1,000–2,500 research (e.g. market potential)
Problem-solving research	200	300–500 (e.g. pricing)
Product tests	200	300–500
Test marketing studies	200	300–500
TV, radio, print or online advertising	150	200–300 (per advertisement tested)
Test-market audits	10 stores	10–20 stores
Focus groups	6 groups	6–12 groups

Sumber: (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017)

Dari tabel di atas dapat dilihat jumlah sampel yang perlu diambil yaitu sebesar 200 responden karena penelitian ini termasuk dalam *test marketing studies*. Penyebaran kuesioner akan dilakukan kepada responden yang merupakan generasi milenial. Hasil riset dari lembaga survei Snapcart dalam marketrees.com (Bachdar, 2018) menyatakan bahwa generasi milenial adalah generasi yang paling dominan di industri *e-commerce*. Kemudian untuk usia akan dikelompokkan dengan rentang sebanyak 5 tahun berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistik, 2020). Penyebaran kuesioner ini akan disebarkan kepada responden dengan rentang umur 18-44 tahun dengan rentang sebanyak 5 tahun, yaitu:

1. 15-19 tahun.
2. 20-24 tahun.
3. 25-29 tahun.
4. 30-34 tahun.
5. 35-39 tahun.
6. 40-44 tahun.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini, operasional variabel diperlukan dalam melakukan suatu penelitian guna agar penulis dapat menentukan dimensi dan indikator dari setiap variabel yang diteliti lebih rinci lagi. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu *celebrity endorser* Lazada sebagai variabel bebas (X) dan minat beli sebagai variabel terikat (Y).

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (Y) Shimp (2018, p. 229)			
Dimensi	Indikator	Pernyataan Indikator	Skala
<i>Credibility</i>	<i>Expertise</i>	Lee Min Ho merupakan aktor yang memiliki pengal aman menjadi bintang iklan yang sesuai dengan profesinya.	Skala Likert (1-4)
	<i>Trustworthiness</i>	Lee Min Ho menyampaikan pesan yang dapat dipercaya.	
Lee Min Ho menyampaikan informasi dengan meyakinkan.			
<i>Attractiveness</i>	<i>Likability</i>	Lee Min Ho memiliki penampilan fisik yang menarik.	
		Lee Min Ho memiliki kepribadian yang baik di depan publik.	

	<i>Similarity</i>	Lee Min Ho memiliki kesamaan karakter dengan para konsumen.	
<i>Power</i>	Karisma	Lee Min Ho memiliki karisma yang mempesona.	
	Kemampuan mempengaruhi	Lee Min Ho mampu mempengaruhi persepsi masyarakat melalui pesan yang disampaikan.	

Variabel Minat Beli (Y) Ferdinand (2006, p. 189)

Dimensi	Indikator	Pertanyaan Indikator	Skala
Minat Eksploratif	Keinginan untuk mengetahui	Saya mencari informasi mengenai produk yang diinginkan di <i>e-commerce</i> Lazada	Skala Likert (1-4)
		Saya mengikuti media sosial Lazada untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai Lazada.	
Minat Transaksional	Keinginan untuk membeli	Saya ingin membeli produk di <i>e-commerce</i> Lazada.	
Minat Preferensial	Memiliki prefensi utama	Saya lebih memilih Lazada daripada <i>e-commerce</i> lainnya untuk berbelanja <i>online</i> .	
		Saya akan tetap menggunakan Lazada walaupun banyak <i>e-commerce</i> sejenis lainnya.	

Minat Referensial	Ketertarikan untuk mereferensikan kepada orang lain	Saya berminat untuk menceritakan pengalaman saya mengenai <i>e-commerce</i> Lazada kepada teman saya.	
		Saya merekomendasikan <i>e-commerce</i> Lazada kepada teman saya.	

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini akan peneliti olah menggunakan SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*) versi 25. SPSS merupakan sebuah *software* yang digunakan untuk analisis statistika. Pengumpulan data utama akan peneliti lakukan dengan kuesioner *online* yang disebar kepada responden. Peneliti menggunakan *Mail Questionnaire* untuk melakukan penyebaran kuesioner kepada responden dalam waktu yang telah ditentukan. Sedangkan, data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sekunder yaitu berupa skripsi, jurnal, buku yang mendukung penelitian ini dan beberapa referensi (2013, p. 121).

### 3.6 Teknik Pengukuran Data

Peneliti menggunakan skala likert untuk mengukur kuesioner yang telah disebarakan kepada responden. Menurut Sugiyono (2013, p. 93) . persepsi dari seorang responden dapat dinilai dengan pengukuran skala likert. Skala likert ini dapat digunakan untuk mengukur persepsi, sikap dan pendapat seseorang mengenai suatu fenomena sosial.

**Tabel 3.2 Skala Likert**

Keterangan	Skor
------------	------

Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas sendiri menurut Ghozali (2018, p. 51) adalah penggambaran tingkat sebuah instrumen terkait kemampuan mengukur sesuatu yang akan diperkirakan. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid jika hasil pengukuran memiliki hasil yang tepat, uji validitas ini diperlukan untuk melihat apakah informasi yang diperoleh melalui teknik penyebaran kuesioner valid atau tidak. Tahap pertama yang perlu dilakukan pada penelitian ini adalah melaksanakan tahap pra-penelitian. Tahap pra-penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh informasi mengenai penelitian yang dilakukan dan mengetahui pemahaman responden dengan pertanyaan yang diajukan. Tahap pra-penelitian ini akan diujikan pada 40 orang responden dan pernyataan dapat dinyatakan valid jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel yaitu, 0.312.

**Gambar 3.1 Nilai R Product Moment**

**NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT**

N	Tarf Signifikan		N	Tarf Signifikan		N	Tarf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Sumber: es.scribd.com

**Tabel 3.3 Pre-test Uji Validitas Variabel *Celebrity Endorser* (X1)**

Dimensi dan Indikator	r hitung ( <i>Pearson Correlation</i> )	r tabel (signifikansi 0,05)	Sig.	Keterangan
X1	0.494	0.312	0.001	<b>VALID</b>
X2	0.733		0.000	<b>VALID</b>
X3	0.709		0.000	<b>VALID</b>
X4	0.608		0.000	<b>VALID</b>
X5	0.680		0.000	<b>VALID</b>
X6	0.694		0.000	<b>VALID</b>
X7	0.523		0.001	<b>VALID</b>
X8	0.616		0.000	<b>VALID</b>

Sumber: Hasil Olahan Data dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat kita ketahui bahwa angka r hitung berada di atas r tabel, yaitu 0.312. Dari hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan pada variabel X1, yaitu *celebrity endorser* terbukti valid dengan hasil perhitungan berada di atas standar, yaitu 0.312.

**Tabel 3.4 Pre-test Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y1)**

Dimensi dan Indikator	r hitung ( <i>Pearson Correlation</i> )	r tabel (signifikansi 0,05)	Sig.	Keterangan
Y1	0.727	0.312	0.000	<b>VALID</b>
Y2	0.697		0.000	<b>VALID</b>
Y3	0.779		0.000	<b>VALID</b>
Y4	0.837		0.000	<b>VALID</b>
Y5	0.851		0.000	<b>VALID</b>
Y6	0.847		0.000	<b>VALID</b>
Y7	0.848		0,000	<b>VALID</b>

Sumber: Hasil Olahan Data dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat kita ketahui bahwa angka r hitung berada di atas r tabel, yaitu 0.312. Dari hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Y1, yaitu minat beli terbukti valid dengan hasil perhitungan berada di atas standar, yaitu 0,312.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Selain Uji Validitas, Uji Reliabilitas menurut Ghozali (2018, p. 45) menyatakan bahwa alat ukur dapat dipercaya jika mampu memberikan hasil dan jawaban konsisten serta stabil walaupun telah digunakan berulang kali. Tujuan dari uji reliabilitas ini yaitu untuk mengetahui ketepatan hasil yang ada pada penelitian serta untuk mengetahui kestabilan dari alat ukur. Uji reliabilitas ini dapat diolah menggunakan *software* IBM SPSS versi 25 dengan koefisien *Cronbach's Alpha*.

**Tabel 3.5 Pre-test Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	<i>Celebrity Endorser</i> (X)	0.784	Reliabel
2.	Minat Beli (Y)	0.903	Reliabel

Sumber: Olahan Data dengan IBM SPSS 25

Pada tabel 3.5 di atas, angka *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas pada pernyataan variabel X yaitu *celebrity endorser* menghasilkan angka 0.784 dan variabel Y yaitu minat beli menghasilkan angka sebesar 0.903. Hasil dari tabel tersebut menandakan bahwa pernyataan pada variabel X (*celebrity endorser*) dan Y (minat beli) sangat reliabel, karena memiliki

koefisien lebih dari 0,70.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Peneliti ini menggunakan teknik analisis data regresi linear. Menurut Sugiyono (2018, p. 300) uji regresi linear sederhana ini didasari hubungan variabel X (*celebrity endorser*) terhadap variabel Y (minat beli). Uji ini berguna untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Maka persamaan dari regresi linear sederhana yaitu:

$$Y' = \alpha + \beta x$$

Keterangan:

$Y'$  = Variabel dependen (minat beli)

$\alpha$  = Konstanta regresi

$\beta$  = Koefisien regresi

$X$  = Variabel independen (*celebrity endorser*)