`

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2008:32), objek penelitian adalah: “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.”

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat dikatakan bahwa objek penelitian merupakan sasaran yang ingin dicapai oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal. Objek dalam penelitian ini adalah iklan dengan menggunakan *celebrity endoser* Alice Norin, nilai pelanggan dan keputusan memilih pada Mansion Club Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2008:35):

> ”Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih variabel (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan atau mencari hubungan variabel satu sama lain.”

Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai*celebrity endoser*, nilai pelanggan dan keputusan memilih pada Mansion Club Bandung.Menurut Sugiyono (2008:36), penelitian verifikatif adalah

penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda. Penelitian verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis, dalam hal ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endoser* dan nilai pelanggan terhadap keputusan memilih pada Mansion Club Bandung.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*. Menurut Keplinger yang dikutip Sugiyono (2008:75) adalah :

> Metode *survey* yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

3.2.1 Desain Penelitian

Melakukan suatu penelitian diperlukan perencanaan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik, sistematis serta efektif. Desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti, dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu. Tahapan atau langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya dapat ditetapkan judul yang akan diteliti. Judul dalam

penelitianini, yaitu : Pengaruh *celebrity endoser* dan nilai pelanggan terhadap keputusan berkunjung pada Mansion Club Bandung

2. Mengidentifikasi masalah yang terjadi, dalam penelitian ini permasalahan yang berhasil diidentifikasi antara lain adalah turunnya keputusan pengunjung akibat dari daya tarik iklan dengan menggunakan *celebrity endoser* dan nilai pelanggan yang kurang optimal.
3. Menetapkan rumusan masalah. Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data.
4. Menetapkan tujuan penelitian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *celebrity endoser* dan nilai pelanggan terhadap keputusan memilih.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori. Penulis menetapkan hipotesis dalam penelitian ini: Pengaruh *celebrity endoser* dan nilai pelanggan terhadap keputusan memilih
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Teknik *nonprobability* sampling yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *stratified random sampling.*Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentas dan, wawancara.
8. Melakukan analisis data. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis statistik inferensial. Metode deskriptif dan verifikatif

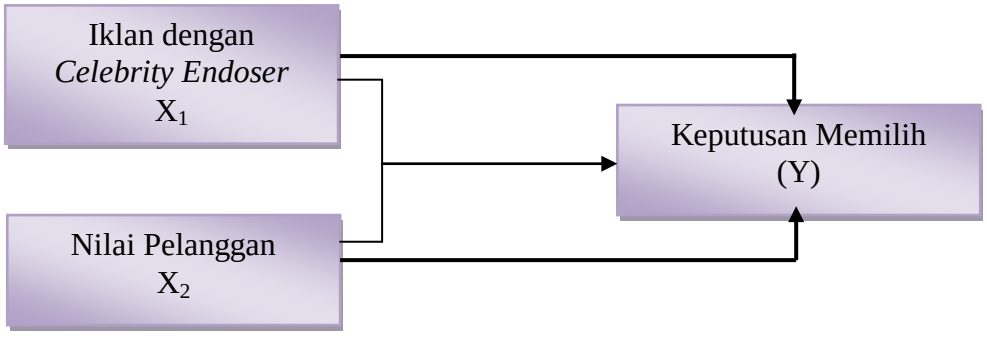
9. Melaporkan hasil penelitian.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diuraikan desain dari penelitian ini, seperti pada Tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Metode yang digunakan	Unit Analisis	Time Horizon
T - 1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Responden	*Cross Sectional*
T -2	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Responden	*Cross Sectional*
T - 3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Responden	*Cross Sectional*
T – 4	*Verifikatif*	*Verifikatif*	Responden	*Cross Sectional*

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma hubungan antara dua variable bebas secara bersamaan yang mempunyai hubungan dengan satu variable tergantung. Desain penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Pengertian variabel menurut Sugiyono (2008: 31) adalah:“Sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.”

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian. Variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini akan lebih dijabarkan sebagai berikut:

1. Variabel *Independen*

   Menurut Sugiyono (2008:39) variabel independen adalah: “dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”Dalam penelitian ini variabel independennya ialah iklan dengan menggunakan *celebrity endoser* Alice Norin dan nilai pelanggan.

2. Variabel *Dependen*

   Sugiyono (2008:39) mengemukakan bahwa variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.“Dalam penelitian ini variabel *dependen* ialah keputusan memilih.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber Data
Iklan dengan Menggunakan *Celebrity Endoser*Alice Norin (X_1)	Pendukung komunikasi menggunakan orang-orang terkenal/selebritis Terence A. Shimp terjemahan Revyani Sjahrial (2007:329)	*Credibility* (Kredibilitas)	1. Tingkat pengetahuan	Ordinal	Pengunjung Club Mansion
			2. Tingkat keterampilan		
			3. Tingkat pengalaman		
			4. Tingkat kejujuran		
			5. Tingkat keterpercayaan		
		Attractiveness (Daya Tarik)	*6. Similarity*		
			7. Familiarity		
			8. Likability		
		Power (Karisma)	9. Kemampuan Celebrity Endoser Alice Norin dalam menarik minat konsumen		
			10. Kemampuan Celebrity Endoser Alice Norin dalam mempengaruhi pikiran konsumen		
			11. Kemampuan Celebrity Endoser Alice Norin dalam mempengaruhi sikap konsumen		
Nilai Pelanggan (X_2)	Selisih antara evaluasi calon pelanggan atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif-alternatif lain yang dipikirkan. Kotler dan Keller (2009:161)	*Total customer value*	*1.* Nilai kualitas jasa yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen	Ordinal	Pengunjung Club Mansion
			2. Nilai pelayanan yang diberikan kepada konsumen, seperti kemudahan dalam hal pembayaran.		
			3. Nilai personil atau karyawan.		
			4. Nilai yang diberikan perusahaan kepada konsumen yang berkaitan dengan citra perusahaan		
		Total Customer Cost	*5.* Biaya yang dikeluarkan konsumen		
			6. Biaya waktu yang dikeluarkan konsumen dalam mencari dan memenuhi kebutuhan		
			7. Biaya tenaga yang dikeluarkan konsumen dalam mencari jasa yang dikebutuhan		
			8. Biaya psikis konsumen		
Keputusan Memilih (Y)	Keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli. Kotler dan Amstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2008 : 181)	Pengenalan masalah	1. Tingkat kebutuhan pada produk/jasa	Ordinal	Pengunjung Club Mansion
		Pencarian informasi	2. Tingkat pencarian informasi		
		Evaluasi alternatif	3. Tingkat melakukan evaluasi alternatif		

		Keputusan pembelian	4. Tingkat pertimbangan untuk melakukan pembelian		
		Perilaku pasca pembelian	5. Tingkat kepuasan menggunakan produk/jasa		

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Menurut Arikunto (2006:129) yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian, sumber data dibagi dua yaitu:

a. Sumber data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung. Misalnya dalam bentuk kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner penelitian.

b. Sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung yang berhubungan dengan objek penelitian, dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

3.2.3.2 Tehnik Penentuan Data

Teknik penentuan data terbagi menjadi dua bagian, yaitu populasi dan sampel. Pengertian dari populasi dan sampel itu sendiri adalah sebagai berikut:

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008;115). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang ke Mansion Club Bandung dari Tanggal 9 sampai 7 September 2012, untuk itu peneliti melakukan survey selama 7 hari dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Proses Pengambilan Populasi

Hari	**Tanggal**	**Jam**	**Jumlah Pengunjung**
Minggu	9 September 2012	23.00-24.00	60 orang
Senin	10September 2012	23.00-24.00	43 orang
Selasa	3 Juni 2012	23.00-24.00	44 orang
Rabu	4 Juni 2012	23.00-24.00	60 orang
Kamis	5 Juni 2012	23.00-24.00	61 orang
Jumat	6 Juni 2012	23.00-24.00	172 orang
Jumlah Perminggu			**440 orang**

Sumber : Hasil survei peneliti, 2012

2. Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2008:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul *representative* (mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah berdasarkan pendapat Husein Umar (2007:78) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana: n = Jumlah sampel

N = Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidak telitian (10%)

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 440 orang. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel sebabgai berikut :

$$\mathbf{n} = 440/ [1 + 440(0,1)^2] = 81$$

Jadi diketahui dari perhitungan untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 81 responden.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan *Teknik Probability Sampling* yaitu teknik yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2008:74). Sedangkan Metode yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak.

3.2.4 Tehnik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (*field Research*) dan Penelitian kepustakaan (*Library Research*). Penelitian lapangan (*field Research*) dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek penelitian untuk mendapatkan data primer. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebgai berikut:

a. Observasi (pengamatan langsung)

   Yaitu dengan melakukan mengamatan secara langsung yang dilakukan oleh peneliti dengan maksud memperoleh data yang diperlukan.Observasi

dilakukan dengan mengamati kegiatan-kegiatan di Club Mansion Bandung berhubungan dengan variabel penelitian.

b. *Interview* (Wawancara)

Dalam teknik ini, melakukan hubungan lebih dekat lagi dengan pihak-pihak yang dianggap akan memberikan informasi mengenai variabel yang bersangkutan. Pengumpulannya dilakukan dengan tanya jawab kepada pihak tersebut dimaksudkan informasi mengenaibariabel yang diteliti.

c. *Kuesioner* (Angket)

Yaitu pengumpulan data dengan menyebarkan seperangakat daftar pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, yang mana nantinya akan dihitung secara statistik.

Penelitian kepustakaan (*Library Research*) merupakan data yang diperoleh yaitu data sekunder, dengan mendapatkan informasi secara tidak langsung dari pihak lain. Data sekunder tersebut diperoleh dengan cara:

a. Dokumentasi

Yaitu mempelajari dokumen-dokumen yang ada diperusahaan yang berkenaan dengan masalah yang diteliti, seperti dokumen mengenai sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan sebagainya yang menunjang penelitian.

b. Studi Literatur

Yaitu dengan cara mengumpulkan data-data yang ada pada setiap variabel yang akan diteliti. Termasuk didalamnya mengumpulkan jurnal dan

berbagai teori dari berbagai ahli dalam bidangnya serta penelitian terdahulu sebagai pedoman yang akan dilakukan penelitian berikutnya yang sejenis atau serupa.

3.2.4.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar 2007:89). Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Husein Umar, 2010:190)

Keterangan:
r_1 = koefisien validitas item yang dicari
X = skor yang diperoleh subjel dalam setiap item
Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal
$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal
$\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X
$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y
n = banyaknya responden

Kriteria keputusannya adalah dengan membandingkan nilai *Corrected Item - Total Correlation* dibandingkan dengan nilai r kritis (Imam Ghozali, 2005).

Apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid. Tabel dibawah ini merupakan hasil uji validitas tiap variabel dengan alat bantu program statistik SPSS versi 19.0.

Tabel 3.3
Pengujian Validitas Variabel X_1

Item	Koefisien Validitas	r Kritis	Keterangan
Item 1	0.570	0,30	Valid
Item 2	0.538	0,30	Valid
Item 3	0.377	0,30	Valid
Item 4	0.519	0,30	Valid
Item 5	0.443	0,30	Valid
Item 6	0.490	0,30	Valid
Item 7	0.372	0,30	Valid
Item 8	0.385	0,30	Valid
Item 9	0.499	0,30	Valid
Item 10	0.629	0,30	Valid
Item 11	0.407	0,30	Valid

Sumber :Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan pertanyaan yang merupakan variabel X_1 setelah melalui proses pengolahan uji validitas dengan menggunakan korelasi pearson yang dinyatakan valid karena nilai korelasi yang dihasilkan pada korelasi diatas 0,3.

Tabel 3.4
Pengujian Validitas Variabel X_2

Item	Koefisien Validitas	r Kritis	Keterangan
Item 1	0.397	0,30	Valid
Item 2	0.322	0,30	Valid
Item 3	0.530	0,30	Valid
Item 4	0.498	0,30	Valid
Item 5	0.494	0,30	Valid
Item 6	0.419	0,30	Valid
Item 7	0.346	0,30	Valid
Item 8	0.401	0,30	Valid

Sumber :Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan pertanyaan yang merupakan variabel X_2 setelah melalui proses pengolahan uji validitas dengan menggunakan korelasi pearson yang dinyatakan valid karena nilai korelasi yang dihasilkan pada korelasi diatas 0,3.

Tabel 3.5
Pengujian Validitas Variabel Y

Item	Koefisien Validitas	r Kritis	Keterangan
Item 1	0.748	0,30	Valid
Item 2	0.682	0,30	Valid
Item 3	0.464	0,30	Valid
Item 4	0.691	0,30	Valid
Item 5	0.515	0,30	Valid

Sumber :Hasil Pengolahan Data 2013

Hasil perhitungan validitas untuk variabel Y yang dilakukan menunjukkan hasil yang baik, karena syarat minimum yang harus dipenuhi agar angket dikatakan valid adalah lebih besar dari 0,30 dapat terpenuhi, sehingga dapat disimpulkan bahwa angket dikatakan valid.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Reliabilitas mencakup aspek penting, yaitu: alat ukur yang digunakan harus stabil, dapat diandalkan (*dependability*) dan dapat diramalkan (*predictability*) sehingga alat ukur tersebut mempunyai reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya (Sugiyono, 2008:3). Batas minimal korelasi kritis sebesar 0,7 yang artinya alat ukur dikatakan tepat, stabil dan dapat diandalkan. Hasil perhitungan uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Realiabilitas Variabel

Variabel	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
Variabel X_1	0,728	0,70	Reliabel
Variabel X_2	0,705	0,70	Reliabel
Variabel Y	0,776	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Tabel tersebut menjelaskan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian in dinyatakan reliabel. Pernyataan tersebut didasarkan dari hasil uji reliabilitas penelitian diperoleh *Cornbach's Alpha* lebih besar apabila dibandingkan dengan r kriteria, yaitu 0,70 dengan demikian secara keseluruhan variabel penelitian dinyatakan reliabel.

3.2.4.3 Uji MSI

Data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "*Method Of Succesive Interval*". Menurut Harun Al Rasyid (2000:131), langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kemulatifnya.
3. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proposi kumulatif dengan memasukan nilai z pada rumus distribusi normal.

5. Menghitung nilai skala denga rumus *Method of Succesive Interval.*

$$\text{Mean of interval} = \frac{(Density\ at\ lower\ limi) - (Deensity\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Under\ Upper\ Limit) - (Area\ Under\ Lower\ Limit)}$$

Dimana: Mean of interval : Rata-rata interval

Density at Lower Limit : Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit : Kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit : Daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit : Daerah di bawah batas bawah

6. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan mengunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai skala + [Nilai Skala Minimum]+ 1

3.2.5 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancanagan Analisis

Sesuai dengan hipotesis dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka analisis penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Disamping itu, untuk lebih memahami fenomena yang diamati, maka dilengkapi juga dengan analisis kualitatif yakni melalui metode deskriptif. Dalam analisis data kualitatif yaitu didasarkan pada hasil distribusi skor data yang diperoleh dengan skor data yang tertinggi yang dicapai. Dari perbandingan nilai tersebut, sehingga dapat diungkap keadaan atau tingkat kemampuan variabel-variabel yang diteliti. Adapun mengenai uji hipotesis yang digunakan dalam analisis kuantitatif digunakan analisi regresi linier berganda.

a. Analisis Deskriptif atau Kualitatif

Metode analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian, maka digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$RS=\frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap *item*

Untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1, 2, 3, 4, 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ X } 100\%$$

Menurut Arikunto (2006:246) data yang sudah sampai ke prosentase lalu ditafsirkan dengan kalimat-kalimat yang bersifat kualitatif, dimana hasil persentase itu dapat digolongkan sebagai berikut :

Tabel 3.7
Kriteria Persentase Skor

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Sangat Rendah
2	36.01% - 52.00%	Rendah
3	52.01% - 68.00%	Sedang
4	68.01% - 84.00%	Tinggi
5	84.01% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Arikunto (2006:246)

b. Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Terlebih dahulu dilakukan tabulasi dan memberikan nilai sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan menggunakan skala ordinal. Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi oleh responden digunakan skala likert dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dengan langkah-langkah :

(a) Mengolah setiap jawaban dan pertayaan dari kuesioner yang disebarkan untuk dihitung frekuensi dan persentasenya.

(b) Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel independen X dan Y dan variabel dependen (Z) yang asumsikan sebagai hubungan linear.

(c) Menentukan skala atau bobot dari masing-masing alternatif jawaban seperti diuraikan diatas. Oleh karena data yang didapat dari kuisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya

menjadi skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*", dengan rumus sebagai berikut :

$$\textit{Means of Interval} = \frac{\textit{Density at lower limit} - \textit{Density at upper limit}}{\textit{Area under upper limit} - \textit{Area under lower limit}}$$

Langkah kerja pengolahan dan analisis adalah sebagai berikut :

(1) Mengubah skala ordinal menjadi skala interval dengan metode interval berurutan *(Method Successive Interval)* untuk variabel bebas maupun terikat yaitu :

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner

b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya

c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.

d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.

e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + | Nilai Skala Minimal | + 1

(2) Menentukan hubungan antar variabel berdasarkan pada diagram pemikiran dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a) Analisis Regresi

Analisis regresi berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Model regresi *Ordinary Least Squares* (OLS) atau metode kuadrat terkecil yang dimaksud adalah sebagai berikut : (Sugiyono, 2008:54)

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

Y = Variabel keputusan memilih

a = Konstanta regresi berganda.

b_1, b_2 = Koefisien regresi.

X_1 = Variabeliklan dengan menggunakan *celebrity endoser*

X_2 = Variabel nilai pelanggan

e = *Epsilon* (variabel bebas lain diluar model regresi).

b) Analisis Korelasi

Analisa terhadap data-data yang telah dikumpulkan untuk menyatakan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, maka digunakan korelasi. Menurut Sugiyono, (2008:32), "Korelasi digunakan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dan tergantung". Kuat lemahnya hubungan antara variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini, dibuktikan dengan menggunakan analisis Korelasi Pearson *Product Moment*, karena dalam penelitian ini penulis mempergunakan metode penelitian analisis deskriptif dan skala pengukuran interval. Rumus dari analisis *Korelasi Pearson* adalah:

$$r = \frac{n\left(\sum XiYi\right) - \left(\sum Xi\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left\{n\left(\sum Xi^2\right) - \left(\sum Xi\right)^2\right\}\left\{n\left(\sum Yi^2\right) - \left(\sum Yi\right)^2\right\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

X = Variabel X

Y = Variabel Y

n = Banyaknya sampel

Kuat atau tidaknya hubungan antara kedua variabel dapat dilihat dari beberapa kategori koefisien korelasi mempunyai nilai $-1 \leq r \leq +1$ dimana :

1) Apabila r = +1, maka korelasi antara kedua variabel dikatakan sangat kuat dan searah, artinya jika X naik sebesar 1 maka Y juga akan naik sebesar 1 atau sebaliknya.
2) Apabila r = 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lebar atau tidak ada hubungan sama sekali.
3) Apabila r = -1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan berlawanan arah, artinya apabila X naik sebesar 1 maka Y akan turun sebesar 1 atau sebaliknya.

Ketentuan untuk melihat tingkat ke-eratan korelasi digunakan acuan pada tabel 3.8 di bawah ini.

Tabel 3.8
Tingkat Keeratan Korelasi

Besarnya nilai r	Interpretasi Nilai r
0,800-1,000	Sangat kuat
0,600-0,799	Kuat
0,400-0,599	Sedang
0,200-0,399	Rendah
0,000-0,199	Sangat rendah

Sumber:Sugiyono(2008:216)

c) Koefesien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

$Kd = r^2_{xy} \times 100\%$

Dimana:

kd = Koefisien determinasi

r^2_{xy} = Koefisien kuadrat korelasi ganda

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh iklan dengan menggunakan *celebrity endoser* Alice Norin dan nilai pelanggan terhadap keputusan memilih Mansion Club Bandung. Adapun Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. **Pengujian Secara Simultan(Uji F)**

   Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya

menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Mencari F hitung dengan cara:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Dimana : R^2 = koefesien determinasi

n = ukuran sampel

k = banyaknya variabel bebas

Setelah mendapatkan nilai F hitung ini, kemudian dibandingkan dengan nilai F tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0.05 yang mana akan diperoleh suatu hipotesis dengan syarat :

a) Jika angka sig. ≥ 0.05, maka H_0 tidak ditolak
b) Jika angka sig. < 0.05, maka H_0 ditolak

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau tidak, adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah :

H_0 :$b_i \geq 0$: Iklan dengan menggunakan *celebrity endoser* dan nilai pelanggan tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih

H_a :$b_i < 0$: Iklan dengan menggunakan *celebrity endoser* dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap keputusan memilih

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,95 atau dengan α = 0,05 artinya kemungkinan dari hasil penarikan kesimpulan adalah benar mempunyai probabilitas sebesar 95 atau toleransi

kesalahan (*margin of error*) sebesar 5% dan derajat kebebasan df = n-k-1. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 ditolak Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Bila Ho diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan. Sedangkan penolakan Ho menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara simultan terhadap suatu variabel dependen.

2. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Pengujian secara individual untuk melihat pengaruh masing-masing variabel sebab terhadap variabel akibat. Untuk pengujian pengaruh parsial digunakan rumus hipotesis sebagai berikut:

H_0 :$b_1 \geq 0$: Tidak terdapat pengaruh iklan dengan menggunakan *celebrity endoser* DJ Alice Norin terhadap keputusan memilih

H_a :$b_1 < 0$: Terdapat pengaruh pengaruh iklan dengan menggunakan *celebrity endoser* DJ Alice Norin terhadap keputusan memilih

H_0 : $b_2 \geq 0$: Tidak terdapat pengaruh nilai pelanggan terhadap keputusan memilih

H_a :$b_2 < 0$: Terdapat pengaruh nilai pelanggan terhadap keputusan memilih

Uji signifikansi terhadap hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan uji t, dengan rumus sebagai berikut :

$$t = r_p \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r_p^2}}$$

Keterangan :

r_p = koefisien korelasi pearson

n = jumlah sampel

Kriteria pengujian apakah hipotesis itu ditolak atau tidak ditolak adalah:

- Tolak Ho jika t hitung > nilai t tabel
- Terima Ho jika t hitung $\leq$ nilai t tabel

Bila Ho diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan. Sedangkan penolakan Ho menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara parsial terhadap suatu variabel dependen. Atau dalam bentuk gambar 3.1 sebagai berikut :



Gambar 3.1 Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis