

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode kuantitatif dipakai pada penelitian kali ini, peneliti dapat teori tertentu dengan melihat hubungan antara variabel yang sudah ada. Variabel-variabel yang diteliti diukur menggunakan data numerik, yang biasanya diperoleh melalui alat penelitian seperti kuesioner, survei, atau instrumen lain yang dapat memberikan data dengan bentuk angka. Data yang dikumpulkan lalu dianalisis memakai prosedur statistik guna mengidentifikasi pola, perbedaan, atau hubungan antara variabel-variabel yang signifikan. Analisis ini membantu dalam menguji hipotesis dan memperoleh hasil yang objektif dan dapat diukur. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis dan teori dengan cara yang sistematis dan terstruktur, juga menemukan hasil yang dapat digeneralisasikan dan diterima secara ilmiah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini lokasi terfokus pada media sosial aplikasi X (Twitter) yang dilakukan pada bulan September 2023 hingga Juni 2024.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi yaitu sekelompok orang, benda, maupun fenomena yang merupakan bagian dari penyelidikan dan dapat diukur. Kelompok sasaran penelitian juga tercermin dalam populasi. Peserta penelitian ini adalah pengikut boy band Korea Selatan NCT Dream yang dapat diidentifikasi melalui followers media sosial X (sebelumnya Twitter) dari akun @7dreamsbt. Pada tanggal 08 September 2023, jumlah akun followers tersebut adalah 1.138. Ini berarti bahwa populasi penelitian terdiri dari penggemar yang mengikuti akun tersebut di media sosial X, yang merupakan anggota dari kelompok *fans* NCT Dream yang relevan dengan studi ini.

Penelitian ini memfokuskan pada media sosial X (Twitter), khususnya pada akun autobase @7dreamsbt yang berbasis di Indonesia. Menurut WHO, usia remaja adalah antara 12 hingga 24 tahun. Meskipun demikian, seseorang dalam rentang usia ini dianggap sebagai orang dewasa jika mereka sudah menikah. Sebaliknya, seseorang yang melebihi batas usia legal tetapi tetap bergantung pada orang tua mereka masih dipandang sebagai remaja. Dengan dasar tersebut, populasi penelitian diambil dari followers akun @7dreamsbt yang berusia 12 hingga 24 tahun, sehingga mereka merupakan penggemar NCT Dream di Indonesia. Responden penelitian akan terdiri dari kelompok usia ini, yang dianggap sebagai target utama untuk memahami perilaku penggemar dan keputusan pembelian terkait dengan produk yang dipromosikan oleh NCT Dream.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi dalam sebuah penelitian. Karakteristik sampel harus serupa dengan populasi agar hasil penelitian dapat digeneralisasi. Pengambilan sampel dilakukan untuk mengatasi tantangan seperti besarnya jumlah populasi yang sulit dipelajari secara menyeluruh, serta keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya penelitian. Dengan memilih sampel yang tepat, peneliti dapat memperoleh data yang valid dan dapat diandalkan tanpa harus meneliti seluruh populasi.

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk menentukan besarnya sampel yang akan diteliti merujuk pada pendekatan, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = jumlah sampel

N = seluruh populasi, khususnya 1.138 pengikut media sosial X @7dreamsbt

e = batas toleransi kesalahan (10%)

Dengan menggunakan rumus ini, ukuran sampel untuk penelitian ini yang dapat diakses pada 8 September 2023, dari pengikut media sosial X @7dreamsbt adalah:

$$n = \frac{1.138}{1 + (1.138 (0,1)^2)}$$

$n = 91,923$ yang digenapkan menjadi 100 responden.

Metodologi *nonprobability sampling*, yang merupakan cara memilih sampel berdasarkan pertimbangan spesifik (*non-random*), diterapkan dalam sampel penelitian. *Purposive sampling* adalah salah satu jenis teknik yang digunakan dalam penyelidikan ini, di mana sampel dipilih sesuai dengan kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. Menggunakan metode ini memungkinkan peneliti untuk berkonsentrasi pada subset responden yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian.

D. Sumber Data

Sumber data berikut digunakan dalam proses pengumpulan informasi dan data untuk penelitian ini:

1. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau lokasi penelitian. Dalam konteks penelitian ini, data primer didapatkan langsung dari penggemar remaja boygroup NCT Dream, yang menjadi responden penelitian. Data ini dihasilkan melalui interaksi langsung, seperti kuesioner, wawancara, atau observasi, dan kumpulan data pertama yang dianalisis dalam penelitian untuk memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian atau memvalidasi asumsi yang ditetapkan.

2. Data Sekunder

Data yang berasal dari sumber kedua atau melalui sumber sekunder yang sudah ada disebut sebagai data sekunder. Klasifikasi data sekunder dibagi

menjadi dua kategori: data internal, yaitu informasi yang dikumpulkan dari dalam organisasi atau lembaga yang terkait dengan penelitian; contohnya termasuk laporan tahunan, catatan internal, atau dokumen perusahaan; dan data eksternal, yaitu informasi yang dikumpulkan dari luar organisasi atau lembaga; Contohnya termasuk buku, jurnal, tesis, laporan penelitian, artikel, dan materi yang diterbitkan dari internet. Data sekunder untuk penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber luar, seperti publikasi ilmiah, buku referensi, tesis, dan situs web yang berkaitan dengan subjek penyelidikan. Data sekunder ini digunakan untuk memberikan perspektif yang lebih luas pada penelitian dan untuk membantu analisis.

Peneliti berharap bahwa data sekunder dapat berperan penting dalam mengungkap data yang relevan sesuai harapan penelitian. Selain itu, data sekunder diharapkan dapat membantu dengan menyediakan informasi tambahan, data pelengkap, serta keterangan yang berguna sebagai bahan perbandingan. Dengan adanya data sekunder, peneliti dapat memperkaya analisis dan memperoleh perspektif yang lebih komprehensif mengenai topik yang diteliti.

E. Defenisi Operasional Variabel

Sugiyono (2010) mendefinisikan variabel penelitian sebagai segala sesuatu yang dapat diselidiki dan diukur untuk mengumpulkan data yang dapat dimanfaatkan sebagai dasar untuk membuat kesimpulan. Tiga variabel independen dan satu variabel terikat diperiksa dalam penelitian ini. Variabel terikat adalah hasil atau efek yang diselidiki sehubungan dengan variabel independen, sedangkan variabel independen adalah elemen yang dianggap mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari *Celebrity Endorser* (X_1), *Fanatisme Penggemar* (X_2), *Merchandise* (X_3) seta variabel terikat yakni Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Kotler & Keller (2012), pilihan pembelian adalah proses di mana konsumen memilih, dari berbagai opsi yang tersedia, untuk benar-benar membeli dan memanfaatkan suatu barang atau layanan pilihan alternatif.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki keyakinan saat melakukan pembelian 2. Pengumpulan informasi 3. Keinginan untuk membeli sesuatu 4. Kebutuhan 5. Minat pada sebuah produk 6. Menyarankan kepada orang lain 	Likert
Celebrity Endorser (X ₁)	Shimp (2003), <i>celebrity endorser</i> adalah aktor, artis, atau atlet yang telah mendapatkan pengakuan dan kasih sayang publik atas pencapaian mereka di sektor tertentu. Orang-orang ini digunakan untuk mempromosikan pesan komersial yang bertujuan untuk menarik perhatian dan mempengaruhi audiens target.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketenaran 2. Integritas 3. Daya Pikat 4. Kekuatan 	Likert
Fanatisme Penggemar (X ₂)	Orever dalam Herlambang (2018), fanatisme penggemar adalah semangat individu yang terpicat dengan musik, film, serial TV, dan media lainnya, membuat mereka bertindak berlebihan dan tidak rasional dalam kecintaan mereka pada media ini serta dorongan mereka untuk mencapai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menegaskan siapa yang benar dan siapa yang salah 2. Menjadi berlebihan 3. Tanpa pikir dua kali 4. Ketergantungan 	Likert

	tujuan tertentu yang sangat memperkaya hidup mereka.		
Merchandise (X ₃)	Marlina (2013), mengutip Dunne, Lusch, dan Griffith yang mengatakan bahwa <i>merchandise</i> adalah pengorganisasian dan pengelolaan akuisisi dan distribusi produk dan layanan dengan tujuan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.	1. Jenis barang 2. Kemampuan ketertarikan 3. Kualitas barang 4. Manfaat barang	Likert

F. Metode dan Instrumen Penelitian

Menggunakan instrumen pengumpulan data yang tepat dan mengukur variabel studi merupakan tugas penting dalam penelitian. Metode pengumpulan data adalah strategi atau pendekatan yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data, sedangkan instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk menilai variabel yang telah ditetapkan. Sejumlah teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kuantitatif antara lain wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Perangkat dan teknik untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam investigasi ini adalah sebagai berikut:

- 1) Salah satu teknik untuk mengumpulkan data adalah pendekatan kuesioner, yang melibatkan pemberian responden daftar instruksi atau pertanyaan tertulis. Saat mengumpulkan informasi dari sejumlah besar orang dalam waktu singkat, kuesioner adalah alat yang berguna. Dua kategori kuesioner tersedia untuk digunakan dalam proses pengumpulan data, yaitu:
 - a) Kuesioner Terbuka, kuesioner ini memungkinkan responden memberikan jawaban dalam bentuk naratif atau bebas. Responden

dapat menuliskan pendapat, pengalaman, atau perasaan mereka tanpa dibatasi oleh pilihan jawaban yang tersedia.

- b) Kuesioner Tertutup, kuesioner ini berisi pertanyaan atau pernyataan dengan pilihan jawaban yang sudah ditentukan, seperti "ya/tidak," "setuju/tidak setuju," atau pilihan skala (misalnya, skala Likert).

Untuk memfasilitasi analisis data yang dikumpulkan untuk penelitian ini, kuesioner tertutup digunakan. Kuesioner tertutup memungkinkan responden untuk memilih jawaban dari opsi yang sudah disediakan, sehingga hasilnya lebih mudah dikuantifikasi dan dianalisis secara statistik. Penggemar remaja boyband NCT Dream diberikan kuesioner online melalui platform Google Forms untuk melakukan jajak pendapat ini. Metode ini dipilih karena dapat menjangkau lebih banyak responden dengan cepat dan efisien, serta mempermudah pengumpulan dan pengolahan data yang dibutuhkan untuk penelitian.

- 2) Studi dokumentasi, bertujuan untuk mencari referensi dan memperkuat data yang dikumpulkan dari metode lain. Studi pustaka membantu dalam menyusun dan menyelaraskan materi penelitian, serta memilih media yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Proses ini melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber, termasuk majalah, jurnal, buku, karya ilmiah, dan dokumen lainnya. Dengan memanfaatkan studi dokumentasi, peneliti dapat memastikan bahwa materi yang dikaji relevan dan akurat, serta mendukung analisis dan interpretasi hasil penelitian.
- 3) Observasi yaitu pengamatan langsung terhadap responden, proses kerja, peristiwa alam, atau perilaku manusia adalah metode pengamatan yang digunakan untuk mengumpulkan data. Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti. Melalui observasi, peneliti dapat mencatat dan menganalisis perilaku, interaksi, atau kondisi tertentu secara langsung,

memberikan wawasan tambahan yang mungkin tidak diperoleh melalui metode lain seperti kuesioner atau dokumentasi. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif (peneliti terlibat dalam aktivitas) atau non-partisipatif (peneliti hanya mengamati tanpa berinteraksi).

G. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel dalam penelitian adalah hal-hal yang dapat diukur atau dapat diamati dan dapat berubah dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Dua kategori utama variabel dapat dibedakan, yaitu:

- 1) Variabel independen adalah variabel yang berdampak pada atau memulai perubahan pada variabel lain. *Celebrity Endorser* (X_1), *Fanatisme Penggemar* (X_2), dan *Merchandise* (X_3) adalah variabel independen dalam penelitian ini.
- 2) Variabel dependen adalah Hasil yang dipantau untuk mengevaluasi dampak variabel independen. Keputusan pembelian produk *Mie Lemonilo* (Y) adalah variabel terikat dalam penelitian ini.

Skala Likert adalah jenis skala yang digunakan dalam penelitian ini. Responden dapat menunjukkan seberapa besar mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan menggunakan Skala Likert sebagai alat pengukuran. Skala ini sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur keyakinan atau sikap peserta. Setiap kalimat berisi berbagai pilihan respons, dari rendah hingga tinggi, yang mencerminkan tingkat persetujuan. Biasanya, pilihan jawaban dalam jumlah ganjil (seperti tiga, lima, atau tujuh) digunakan. Berdasarkan tingkat persetujuan, setiap pilihan jawaban diberi skor. Skala ini harus digunakan secara teratur untuk beralih dari jawaban terendah ke jawaban tertinggi, atau sebaliknya.

Setiap instrumen skala Likert memiliki respons yang bervariasi dari yang sangat positif hingga yang sangat negatif. Nilai-nilai pada skala ditafsirkan sebagai berikut untuk analisis kuantitatif:

Tabel 3.2 Skor Skala Likert

Keterangan	Singkatan	Bobot
Sangat Setuju	SS	Skor 5
Setuju	S	Skor 4
Ragu-ragu	R	Skor 3
Tidak Setuju	TS	Skor 2
Sangat Tidak Setuju	STS	Skor 1

H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Tujuan dari pengolahan data adalah untuk membuat informasi mudah dipahami. Para peneliti berpendapat bahwa tidak ada pendekatan tunggal yang sempurna untuk organisasi, analisis, atau interpretasi data. Akibatnya, program analisis data telah dimodifikasi agar selaras dengan tujuan penelitian.

Teknik pengelompokan bervariasi dan dapat diterapkan pada analisis data kuantitatif. Statistik deskriptif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menilai dan mengkarakterisasi data yang telah dikumpulkan. Grafik, tabel, diagram, piktogram, dan lingkaran adalah contoh statistik deskriptif. Perhitungan statistik seperti rata-rata, median, mode, desil, persentil, standar deviasi rata-rata, dan persentil distribusi juga disertakan. Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS Statistik, data yang terkumpul akan dievaluasi secara statistik menggunakan metode untuk mendukung temuan penelitian. Hal ini dilakukan untuk memverifikasi bahwa data yang diperoleh sudah benar dan selaras dengan tujuan penelitian, serta untuk menilai kelayakan instrumen kuesioner yang digunakan. Alat pengujian berikut akan digunakan untuk memeriksa data dalam penelitian ini:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah teknik untuk menentukan seberapa baik instrumen penelitian (seperti kuesioner atau alat pengumpulan data) mengukur informasi yang diberikan. Ujian ini juga dapat dilihat sebagai evaluasi ketepatan alat pengukuran yang digunakan. Tes validitas digunakan untuk memastikan bahwa setiap pernyataan atau pertanyaan pada kuesioner, wawancara, atau keduanya sepenuhnya valid dan dapat dipercaya untuk menilai variabel studi yang relevan. Tujuan dari uji validitas dalam penelitian ini adalah untuk menilai seberapa baik item instrumen menangkap karakteristik seperti *celebrity endorser*, fanatisme penggemar, dan *merchandise*. Jika nilai yang r hitung lebih besar dari r tabel, item tersebut dianggap sah.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah teknik untuk mengevaluasi konsistensi atau keandalan alat ukur ketika digunakan untuk mengukur subjek yang diteliti. Uji ini biasanya digunakan untuk menilai seberapa andal kuesioner atau hasil wawancara. Uji reliabilitas melayani tujuan untuk memverifikasi seluruh keandalan kuesioner atau pertanyaan wawancara dalam membantu penelitian yang sedang dilakukan. Kuesioner yang valid menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pertanyaan atau pernyataan berlaku dari waktu ke waktu.

Umumnya, nilai *Cronbach's alpha* digunakan untuk menilai hasil uji reliabilitas. Ketergantungan yang kuat dianggap ada dalam data penelitian jika skor *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7. Ketika keandalan data antara 0,6 dan 0,7, itu dianggap memuaskan. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach's alpha* kurang dari 0,6, data dianggap tidak cukup untuk menjelaskan temuan penelitian. Secara umum, data penelitian lebih dapat diandalkan semakin tinggi nilai *Cronbach's alpha*.

3. Uji Asumsi Klasik

Saat melakukan analisis regresi linier berganda dengan metode *Ordinary Least Squares* (OLS), ada sejumlah persyaratan statistik yang dikenal sebagai

uji asumsi klasik. Dijamin bahwa model regresi akan menghasilkan *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) jika lolos uji asumsi klasik. Jika semua asumsi klasik terpenuhi, model regresi dapat mencapai standar BLUE. Secara umum, terdapat empat jenis asumsi klasik yang perlu dipertimbangkan:

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk memastikan apakah distribusi variabel gangguan (residu) dalam model regresi adalah normal. Mengingat bahwa uji-t dan uji-F mengasumsikan bahwa nilai sisa mengikuti distribusi normal, hasil uji normalitas harus menunjukkan distribusi normal. Metode analisis statistik digunakan dalam pekerjaan ini untuk melakukan uji normal. Normal sisa diuji menggunakan uji statistik nonparametrik *Kolmogorov-Smirnov* (KS), menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

Ho: Data residu didistribusikan secara teratur jika nilai sig lebih besar dari 0,5.

Ha: Data residu tidak didistribusikan secara normal jika nilai sig kurang dari atau sama dengan 0,5.

b. Uji Multikolinieritas

Tingkat korelasi yang tinggi antara satu variabel independen dan variabel independen lainnya dalam model regresi disebut sebagai multikolinieritas. Mencari tahu apakah ada hubungan substansial antara variabel independen adalah tujuan dari uji multikolinieritas. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi ideal. Seseorang dapat mengidentifikasi tanda-tanda multikolinieritas dalam model regresi dengan melihat nilai toleransi dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF). Multikolinieritas tidak ada jika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Sebaliknya, multikolinieritas terjadi jika nilai toleransi kurang dari 0,1 dan nilai VIF lebih besar dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Memeriksa ketidaksetaraan dalam residu antara satu pengamatan dan pengamatan lainnya dalam model regresi adalah tujuan utama dari uji

heteroskedastisitas. Model regresi dianggap di bawah standar jika homoskedastisitas ada, yang berarti bahwa variasi sisa antara satu pengamatan dan pengamatan lainnya tetap ada. Di sisi lain, model regresi dipandang baik jika ada heteroskedastisitas, atau ketika variasi sisa antar data berbeda. Model regresi yang baik idealnya tidak menunjukkan heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas diidentifikasi dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*, yang melibatkan regresi pada residual absolut ke variabel independen. Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan menggunakan metode berikut:

- Jika nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi $< \alpha =$ maka terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Determinasi

Sejauh mana model dapat memperhitungkan variasi variabel dependen (variabel terikat) ditentukan oleh analisis koefisien penentuan (R^2). Studi ini menggunakan analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengevaluasi dampak karakteristik endorser selebriti, fanatisme, dan produk pada variabel yang terkait dengan keputusan pembelian. Kisaran koefisien determinasi (R^2) adalah 0 hingga 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kapasitas variabel independen untuk menjelaskan varians dalam variabel dependen (variabel terikat) terbatas. Bilangan R^2 yang besar, di sisi lain, berada di dekat 1, yang berarti bahwa variabel independen menjelaskan hampir semua variasi dalam variabel dependen.

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk memprediksi variabel dependen (Y), analisis regresi berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen (X). Dengan menggunakan nilai variabel independen yang diketahui (X), regresi berganda digunakan untuk memperkirakan nilai rata-rata variabel dependen (Y). Untuk setiap variabel independen, koefisien diperoleh

dengan analisis regresi berganda. Dimungkinkan untuk menghasilkan koefisien ini dengan menggunakan model regresi linier berganda. Persamaan regresi berganda penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

- Y = keputusan pembelian
- X1 = *celebrity endoser*
- X2 = fanatisme penggemar
- X3 = *merchandise*
- a = konstanta (nilai Y jika X1, X2, X3 = 0)
- b1, b2, b3 = koefisien regresi (peningkatan/penurunan variabel Y yang didasarkan pada variabel X)

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parameter Individual (Uji T)

Menguji dampak setiap variabel independen pada variabel dependen secara independen adalah tujuan dari uji t, juga dikenal sebagai uji parsial. Hipotesis nol (H0) diterima dalam uji ini jika nilai t tabel > t hitung atau nilai signifikansi (sig) > 0,05. Di sisi lain, H0 ditolak jika t tabel < t hitung atau nilai sig < 0,05. Untuk memastikan apakah variabel independen dalam penelitian ini *celebrity endorser*, fanatisme, dan *merchandise* memiliki pengaruh sama sekali pada variabel dependen (keputusan pembelian) uji t digunakan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah faktor independen yang terjadi secara bersamaan secara signifikan memengaruhi variabel dependen, terapkan uji F. Model regresi dianggap efektif jika nilai signifikansi F < 0,05 menunjukkan bahwa variabel independen secara kolektif memiliki dampak substansial pada variabel dependen. Di sisi lain, jika

nilai signifikansi F lebih dari 0,05, model regresi dianggap tidak memadai sebagai akibat dari kurangnya dampak yang berarti gabungan variabel independen pada variabel dependen.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN