

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dengan judul Pengaruh *Brand Ambassador* “Mesut Ozil” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Concave Indonesia (survey pada *followers* akun Instagram Concave Indonesia @concaveid) dilakukan secara *online* dengan menggunakan *google form* dan menyebarkan kuesioner pada *followers* akun Instagram @concaveid. Adapun waktu penelitian yang dilaksanakan yaitu pada September 2022 – Januari 2022.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Alasan menggunakan pendekatan kuantitatif adalah dengan mempertimbangkan yang dikemukakan oleh arikunto (2014) tentang sifat umum penelitian kuantitatif antara lain tentang kejelasan unsur tujuan, subjek, sumber data, dan rinci sejak awal. kemudian dapat menggunakan sampel. Dan juga Analisis data dilakukan setelah semua data terkumpul.

C. Metode Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang diteliti, metode penelitian yang digunakan ialah metode survei dengan menyebarkan angket secara online dengan bantuan *Google Form*. dimana metode survei menurut (Sugiyono, 2015:12-13) merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari

sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian - kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Sedangkan metode kuesioner merupakan sebuah cara yang memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

D. Definisi Variabel dan Operasional Variabel

1. Definisi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:39). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel Bebas (X) variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel Bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017: 39). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *Brand Ambassador*.

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel Terikat (Y) variabel yang biasa disebut dengan variabel output. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017:39) Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

2. Operasional Variabel

Operasional variabel yang menjadi objek dalam penelitian memiliki dimensi-dimensi sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel X dan Variabel Y

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	Karakteristik <i>Brand Ambassador</i> (Variabel X) Lea Greenwood (2013:79)	Transparansi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan dukungan kepada Brand. 2. Turut serta dalam <i>launching</i> produk. 3. Dukungan terhadap Brand dengan menggunakan produk saat pertandingan sepakbola.
		Kesesuaian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesi <i>Brand Ambassador</i> sebagai selebriti atau pemain sepakbola sesuai untuk mewakili produk atau <i>Brand</i>. 2. Memiliki Karakteristik yang sesuai dengan citra produk atau <i>Brand</i>.

		Kredibilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merupakan pemain sepakbola professional yang handal. 2. <i>Brand Ambassador</i> sebagai pemain sepak bola memiliki prestasi yang baik dalam karirnya.
		Daya Tarik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiki penampilan atau style yang menarik. 2. Wibawa dan Kharisma baik yang dimiliki menjadi daya tarik. 3. Memiliki kepribadian atau Citra yang baik.
		Power	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai penggemar yang banyak. 2. Popularitas yang dimiliki oleh <i>Brand Ambassador</i> 3. Memiliki kondisi fisik yang menarik.
2	Proses Keputusan Pemelian (Variabel Y)	Pengenalan Kebutuhan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen mengetahui kebutuhan sebelum membeli produk. 2. Produk tersebut sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kotler dan Amstrong (2018:179- 181)	Pencarian Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen mencari informasi mengenai produk sebelum membeli. 2. Konsumen mengetahui informasi dari orang terdekat baik dari teman ataupun keluarga. 3. Konsumen mencari informasi dari media sosial.
	Evaluasi Alternatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen melakukan evaluasi sebelum membeli produk. 2. Konsumen membandingkan produk yang satu dengan produk lainnya. 3. Konsumen memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan melakukan penilaian terkait dengan harga dan kualitas.
	Keputusan Pembelian (<i>purchase decision</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen Memutuskan untuk memakai produk setelah memilih produk. 2. Konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian produk.

		Perilaku Pasca Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen merasa kualitas dari produk sudah sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. 2. Konsumen akan Melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan pada orang lain. 3. Konsumen merasa kurang puas dan tidak melakukan pembelian ulang
--	--	--------------------------	---

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono 2017:80).

Populasi pada penelitian ini sebanyak 85,100 populasi dari followers instagram @concaveid berdasarkan data per-tanggal 28 September 2022.

Adapun karakteristik populasi pada penelitian ini :

- a. Merupakan followers aktif akun Instagram @concaveid.
- b. Telah melakukan like dan komen pada postingan akun Instagram @concaveid pada tanggal 12 Desember 2022. Diakses pada tanggal 8 Januari 2023.
- c. Sudah pernah melakukan pembelian produk Concave Indonesia.

Berdasarkan karakteristik diatas maka populasi yang didapatkan berjumlah 394 orang, dengan karakteristik populasi yang telah ditentukan tersebut.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (Sugiyono 2017:81).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *Probability Sampling*, yaitu Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *probability sampling* yang digunakan yaitu dengan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono 2017:82).

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin agar mendapat ukuran populasi dan batas kesalahan sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang akan diambil

N = Jumlah popuasi

e = Presisi (10%)

Diketahui :

$$N = 394$$

$$e = 10\% (0,1)$$

Jadi :

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

$$n = \frac{394}{1 + 394 \cdot (10\%)^2}$$

$$n = \frac{394}{1 + 394 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{394}{1 + 3,94}$$

$$n = \frac{394}{4,94}$$

$$n = 79,757$$

Berdasarkan perhitungan rumus penentuan jumlah sampel diatas, maka didapatkan jumlah sampel dari populasi sebanyak 79,757 dan dibulatkan berdasarkan perhitungan diatas menjadi 80 responden.

F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Pengukuran merupakan suatu penetapan angka atau simbol untuk nilai atau karakteristik objek yang akan diukur sesuai aturan yang telah ditentukan sedangkan skala merupakan ukuran kuantifikasi yang diatur berdasarkan nilai atau besarnya, yang bertujuan untuk mewakili atau representasi barang, orang atau komunitas (Hardani, 2017:380).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala likert sendiri adalah teknik ini memungkinkan responden untuk menilai item pada skala lima hingga tujuh poin tergantung pada jumlah perjanjian atau ketidak sepakatan mereka pada item itu sendiri. (Hardani, 2017 : 390).

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono 2017:93). Pada penelitian ini setiap responden diberi nilai bilangan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skor Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel (X) *Brand Ambassador*, dan variabel (Y) Keputusan Pembelian, jadi pernyataan yang diukur adalah mengenai Pengaruh Mesut Ozil sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian produk Concave Indonesia.

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan sebuah proses dari penelitian yang berhubungan langsung dengan objek penelitian guna memperoleh informasi maupun dalam bentuk data. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara online dengan bantuan Google Form dan menyebarkannya kepada responden yang telah ditetapkan. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber *primer* dan sumber sekunder.

a. Data Primer

Menurut Sugiyoo (2017:137) Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien (Sugiyono 2017:142).

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012:141) data skunder adalah sumber data yang di peroleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media yang bersumber literatur, buku-buku serta dokumen. Data skunder yang dikumpulkan berisikan informasi dan teoriteori yang digunakan untuk mendukung penelitian berasal dari buku-buku tentang komunikasi, internet, penelitian sebelumnya berupa skripsi, jurnal, dan hasil laporan yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, konten sosial media Instagram dan keputusan pembelian, serta data yang diperoleh dari website-website resmi.

H. Teknik Analisa Data

Analisa data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono 2017:147).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik melalui *software* SPSS (*Statistical Product and Service Sulotion*). Analisis data dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis

dalam rangka penarikan kesimpulan, maka analisis data pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2015:261-262) regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (independent) dan satu variabel tak bebas (dependent). Dimana menjelaskan bahwa analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Rumus regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y : Nilai yang diprediksi

a : Nilai konstanta atau $X=0$

b : Koefisien Regresi

X : Nilai variabel independent

b. Uji Koefisien Korelasi

Menurut (Sugiyono, 2015:257-258) untuk mengetahui tingkat pengaruh, pada penelitian ini menggunakan pedoman untuk memberikan penafsiran koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil yang berpedoman pada ketentuan - ketentuan yang tertera pada tabel berikut ini :

Tabel 3.3

Pedoman Untuk Memberikan Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

I. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mempunyai tingkat validitas yang tinggi dan sebaliknya jika mempunyai validitas yang rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Menurut Sugiyono (2015:172-173) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner.

Uji validitas diukur menggunakan *corrected item-total correlations*. kuesioner perlu diuji validitasnya dengan melakukan penyebaran kepada 31 responden diluar sampel. Data yang sudah didapatkan tersebut dianalisis dengan menggunakan program aplikasi perhitungan (SPSS). Hasil analisis tersebut (r hitung) dibandingkan dengan nilai (r tabel). Dalam membuat keputusan, pernyataan akan dinyatakan valid apabila :

- a. Nilai r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut valid.
- b. Nilai r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid.

Nilai r tabel diperoleh dari tabel paten korelasi *product moment* dengan menggunakan rumus $df = (N-2)$. N merupakan jumlah subjek sebanyak 31 responden sehingga $df = 31-2 = 29$ dan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 10% (0,1) maka didapatkan hasil r tabel = 0,300.

a. Hasil Uji Validitas Variabel X (*Brand Ambassador*)

Pernyataan pada variable X berjumlah 14 Pernyataan dengan taraf signifikan 10% = 0.300. Hasil uji validitas X dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel X

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1	0.808	0.300	Valid
X2	0.917	0.300	Valid
X3	0.784	0.300	Valid
X4	0.809	0.300	Valid
X5	0.880	0.300	Valid
X6	0.570	0.300	Valid
X7	0.848	0.300	Valid
X8	0.785	0.300	Valid
X9	0.927	0.300	Valid
X10	0.846	0.300	Valid
X11	0.866	0.300	Valid
X12	0.860	0.300	Valid
X13	0.682	0.300	Valid
X14	0.681	0.300	Valid

(Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 24)

b. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pernyataan pada variable Y berjumlah 20 Pernyataan dengan taraf signifikan 10% = 0.300. Hasil uji validitas Y dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0.871	0.300	Valid
Y2	0.867	0.300	Valid
Y3	0.836	0.300	Valid
Y4	0.726	0.300	Valid
Y5	0.678	0.300	Valid
Y6	0.746	0.300	Valid
Y7	0.881	0.300	Valid
Y8	0.771	0.300	Valid
Y9	0.855	0.300	Valid
Y10	0.831	0.300	Valid
Y11	0.848	0.300	Valid
Y12	0.864	0.300	Valid

Y13	0.878	0.300	Valid
Y14	0.716	0.300	Valid
Y15	0.784	0.300	Valid
Y16	0.840	0.300	Valid
Y17	0.868	0.300	Valid
Y18	0.890	0.300	Valid
Y19	0.923	0.300	Valid
Y20	0.724	0.300	Valid

(Sumber : Perhitungan SPSS 24)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap stabil ke waktu apabila dilakukan pengukuran 52 tetap stabil waktu ke waktu apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula, kualitas data diperoleh dari penggunaan komponen penelitian dapat di evaluasi dengan menggunakan uji reliabilitas (Suryani dan Hendryadi, 2015 : 135).

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi antara hasil pengamatan dengan instrument atau alat ukur yang digunakan pada waktu yang berbeda. Pernyataan yang sudah valid, dalam uji validitas akan di tentukan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika r alpha positif atau $> r$ tabel maka pernyataan reliabel
- b. Jika r alpha negatif atau $< r$ tabel maka pernyataan tidak reliable

a. Hasil Reliabilitas Variabel X (*Brand Ambassador*)

Tabel 3.6

Hasil Reliabilitas Variabel X (*Brand Ambassador*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,957	14

(Sumber : Hasil Penelitian SPSS 24)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variable X memiliki 14 pernyataan dalam kuesioner yang telah diisi oleh responden dinyatakan reliable. Karna hasil yang diperoleh dimencapai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.957 dan sesuai tingkat reliabilitas maka dapat dinyatakan bahwa reliable.

b. Hasil Reabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Tabel 3.7
Hasil Reabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,972	20

(Sumber : Hasil Penelitian SPSS 24)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variable Y memiliki 20 pernyataan dalam kuesioner yang telah diisi oleh responden dinyatakan reliable. Karna hasil yang diperoleh dimencapai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.972 dan sesuai tingkat reliabilitas maka dapat dinyatakan bahwa reliable.