

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu strategi penelitian asosiatif kasual. Menurut Sugiyono (2018:64) asosiatif kasual adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan dari dua variable atau lebih. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui apakah variable independen yaitu Brand Ambassador (X_1), Harga (X_2), dan Korean Wave (X_3) berpengaruh terhadap variable dependen yaitu keputusan pembelian konsumen (Y) pada pelanggan Samsung.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, dan benda yang dijadikan obyek penelitian. Jika yang ingin diteliti adalah sikap konsumen terhadap satu produk tertentu, maka populasinya adalah seluruh konsumen produk tersebut (Nana Syaodih, 2010).

Menurut Sugiyono (2014:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya makhluk hidup tetapi juga objek dan benda mati lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi juga meliputi karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.

Populasi pada penelitian ini adalah para pemakai handphone Samsung yang tidak diketahui jumlahnya, baik yang telah menggunakan atau pernah menggunakan handphone Samsung. Sebagaimana karakteristik dalam penelitian ini yaitu ditemukan responden pengisian kuesionernya adalah pengguna handphone Samsung di Jakarta timur khususnya Duren sawit dengan jenis kelamin perempuan dan laki-laki, usia 20 - > 40 tahun, penghasilan Rp 1.000.000 – >Rp 10.000.000,- perbulan, dan status sebagai pekerja atau memiliki penghasilan yang berlokasi di Duren Sawit Jakarta Timur.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:81) sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan berlaku untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus sangat representatif.

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu mengikuti referensi yang ada, maka sampel dalam penelitian ini minimal sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling yang mana sampel diambil dengan cara memilih responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua sumber yaitu :

1. Data Primer

Menurut Sunyoto (2013) data primer adalah perolehan data dari hasil observasi penelitian. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan pada responden. Kuesioner ini digunakan untuk mengukur brand ambassador, harga, Korean wave terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dalam penelitian ini, data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada konsumen dimana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari jurnal, artikel, literature serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Untuk memperkuat gagasan dalam mengevaluasi hasil penelitian lapangan, maka diperlukan landasan teori atau pendapat para ahli yang bersumber dari literatur ilmu perkuliahan dan sumber-sumber lainnya yang dianggap penting dengan masalah yang sedang diteliti.

3.3.1 Metoda Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa poin pertanyaan yang disertai dengan beberapa pilihan jawaban. Kuesioner berisi pertanyaan yang sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti yaitu brand ambassador, harga, Korean wave, dan keputusan pembelian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, apabila peneliti tahu pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bias diharapkan dari responden. Selain itu kuesioner juga cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar diwilayah yang cukup luas. Kuesioner juga dapat berupa pertanyaan yang tertutup atau terbuka, dan juga dapat diberikan kepada responden secara langsung ataupun dikirim melalui internet. (Sugiyono 2017:142).

2. Wawancara

Menurut Esterbberg dalam Sugiono(2013:231) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga akan didapatkan makna dalam suatu topik. Komunikasi tersebut dilakukan melalui dialog tanya jawab secara lisan kepada setiap konsumen atau pelanggan.

3. Observasi

Menurut Sugiono(2013:231) observasi adalah suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan yang dilakukan pada saat mengobservasi.

3.4 Operasional Variabel

Pada penelitian ini, instrument yang digunakan untuk pengumpulan data berupa kuesioner. Instrument penelitian disusun dari indikator Brand Ambassador, Harga, Korean Wave, dan Keputusan Pembelian dalam pernyataan dengan menggunakan empat alternative jawaban. Dalam pernyataan digunakan skala likert untuk mengukur Brand Ambassador, Harga, Korean Wave, dan Keputusan Pembelian seseorang tentang fenomena social. Kuesioner yang digunakan bersifat pribadi dan sangat rahasia dan terdapat pilihan jawaban dengan ukuran skor tertentu, yang dimana setiap jawaban memiliki instrument bobot nilai seperti tabel berikut:

Tabel 3. 1 Skor Jawaban Kuesioner

No	Pernyataan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Sejutu	STS	1

Sumber : Sugiyono (2014)

3.4.1 Variabel Dependent (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang tidak bebas dalam suatu hubungan penelitian, sehingga variabel ini selalu dipengaruhi oleh variabel bebas. Hal ini menyebabkan variabel terikat adalah konsekuensi dari variabel bebas. Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, variabel terikat dalam penelitian ini

adalah Keputusan Pembelian yang disimbolkan dengan Y. skala yang digunakan adalah skala likert.

3.4.2 Variabel Independent (X)

1. Brand Ambassador (X_1)

keputusan pembelian adalah keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli dan menikmati barang atau jasa diantara berbagai macam pilihan alternatif.

2. Harga (X_2)

Harga merupakan suatu nilai tukar yang bias disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau organisasi pada waktu dan tempat tertentu.

3. Korean Wave (X_3)

Hallyu atau Korean Wave (Gelombang Korea) merupakan istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya pop Korea secara global di berbagai negara di dunia. Umumnya Hallyu memicu banyak orang-orang di negara tersebut untuk mempelajari kebudayaan Korea.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

Halaman 1 dari 2

Variabel	Indikator	Pengukuran	Nomer Pernyataan
Brand Ambassador (X_1) Sumber : Royan dalam Heppiana, Sunarti, dan Aniesa (2019:69)	1. Transparansi	Skala likert	1
	2. Kesesuaian		2
	3. Kredibilitas		3
	4. Daya tarik		4
	5. Power		5

Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

Halaman 2 dari 2

Harga (X_2) Sumber: Kotler dan Amstrong dalam Suri dan Oloan (2017:663)	1. Keterjangkauan harga	Skala likert	6
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk		7
	3. Daya saing harga		8
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat		9
Korean Wave (X_3) Sumber: Lia dan Cho dalam Heppiana, Sunarti dan Aniesa (2019:69)	1. Pemahaman	Skala likert	10
	2. Sikap dan perilaku		11
	3. Persepsi		12
Keputusan Pembelian (Y) Sumber : Swatha dan Irawan dalam Heppiana Sunarti danAniesa (2019:69)	1. Keputusan tentang jenis produk	Skala likert	13
	2. Keputusan tentang bentuk produk		14
	3. Keputusan tentang merek		15
	4. Keputusan tentang tempat penjualan		16
	5. Keputusan tentang jumlah produk		17
	6. Keputusan tentang waktu pembelian		18
	7. Keputusan tentang cara pembayaran		19

Sumber: Jurnal penelitian terdahulu (2021)

3.5 Metoda Analisis Data

Langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini untuk pengolahan data secara manual adalah sebagai berikut:

1. Editing

Merupakan tahapan pertama yang digunakan dalam pengolahan data yang diperoleh oleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden dan ketidakpastian jawaban responden.

2. Tabulasi

Perhitungan data yang telah dikumpulkan terhadap masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah untuk dimengerti.

Setelah diperoleh dan disortir data yang didapatkan akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian.

3.5.1 Metoda Pengolahan Data

Data yang telah diperoleh selanjutnya akan diolah dengan menggunakan software SPSS 16. Software SPSS digunakan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya akan lebih cepat dan tepat.

3.5.2 Metoda Penyajian Data

Pada penelitian ini data yang dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk tabel agar memudahkan dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan akan lebih sistematis.

3.6 Uji Instrumen Data

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner dapat dianggap valid, maka diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas kuesioner terhadap setiap poin pertanyaan yang ada pada kuesioner. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

3.6.1 Uji validitas

Uji validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Sebuah alat ukur atau instrument pengukuran akan dikatakan valid apabila alat ukur tersebut menjalankan fungsinya. Alat yang menghasilkan data yang tidak relevan dapat dikatakan sebagai alat ukur dengan validitas rendah.

Menurut Ghozali (2016:52) valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Validitas alat ukur diuji dengan menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari setiap butir pernyataan dengan keseluruhan yang diperoleh pada alat ukur tersebut. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrument ini :

$$r^{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X^2)] [n \sum Y^2 - (\sum Y^2)]}} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan:

- r^{xy} = Nilai korelasi product moment
- n = Jumlah konsumen responden
- X = Jawaban dari indicator item pertanyaan
- Y = Total jawaban dalam suatu variabel

Syarat kevaliditasan suatu item adalah apabila r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrument itu dianggap valid dan jika r hitung $<$ r tabel maka instrument dianggap tidak valid.

Setelah perhitungan dilakukan terdapat dasar keputusan untuk kevaliditan pernyataan adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai r tabel $<$ r hitung, maka pernyataan tidak valid.
- b. Jika nilai r tabel $>$ r hitung, maka pernyataan valid.

3.6.2 Uji reliabilitas

Reliabilitas dilakukan untuk menguji tingkat keakuratan suatu alat ukur pada penelitian untuk mengetahui dapat diandalkan atau tidak. Uji reliabilitas digunakan terhadap setiap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Pengujian reliabilitas instrument dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrument memiliki stabilisasi sebagai alat ukur sehingga tingkat kehandalan dapat menghasilkan hasil yang pasti. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang itu relatif, maka instrument tersebut dapat dinyatakan memiliki bobot reliabilitas yang baik. Menurut Sugiyono (2012:148) instrument penelitian akan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,6. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah :

Tabel 3. 3 Tabel Reliabilitas

Kriteria	Cronbach's Alpha
Sangat Reliabel	>0,8
Reliabel	0,6 – 0,8
Cukup Reliabel	0,4 – 0,6
Kurang Reliabel	0,2 – 0,4
Tidak Reliabel	< 0,2

Sumber : Sugiyono (2014:18)

3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen, atau dengan kata lain nilai koefisien determinasi berfungsi sebagai prediksi seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara $0 < KD < 1$. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu

berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:95).

Untuk mengukur variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda akan digunakan koefisien determinasi dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

(Priyanto, 2012:125) untuk menyatakan besar kecilnya variabel independen terhadap variabel dependen dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Kontribusi pengaruh Brand ambassador terhadap keputusan pembelian

$$KD1 = (r_{x1 y})^2 \cdot 100\% \dots\dots\dots (3.3)$$

2. Kontribusi pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian

$$KD2 = (r_{x2 y})^2 \cdot 100\% \dots\dots\dots (3.4)$$

3. Kontribusi pengaruh Korean wave terhadap keputusan pembelian

$$KD3 = (r_{x3 y})^2 \cdot 100\% \dots\dots\dots (3.5)$$

4. Kontribusi pengaruh Brand ambassador, harga, dan Korean wave terhadap keputusan pembelian

$$KD4 = (r_{x1 x2 x3 y})^2 \cdot 100\% \dots\dots\dots (3.6)$$

3.6.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh X1 terhadap Y

Ho : $\rho_{y 1.23} = 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan persepsi brand ambassador dengan keputusan pembelian handphone tidak signifikan).

Ha : $\rho_{y 1.23} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan persepsi brand ambassador dengan keputusan pembelian handphone signifikan).

2. Pengaruh X2 terhadap Y

Ho : $\rho_{y 2.13} = 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan persepsi harga dengan keputusan pembelian handphone tidak signifikan).

Ha : $\rho_{y 2.13} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan persepsi harga dengan keputusan pembelian handphone signifikan).

3. Pengaruh X3 terhadap Y

Ho : $\rho_{y 3.12} = 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan persepsi Korean wave dengan keputusan pembelian handphone tidak signifikan).

Ha : $\rho_{y 3.12} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan persepsi Korean wave dengan keputusan pembelian handphone signifikan).

Untuk menguji pengaruh variabel bebas pada variabel terikat secara parsial, dapat dilihat dari nilai signifikansi t dibandingkan α ($5\% = 0,05$) Ho ditolak, Ha diterima jika signifikansi $t < 0,05$ dan Ho diterima, Ha ditolak jika signifikansi $t > 0,05$.

4. Pengaruh X₁, X₂, X₃ terhadap Y

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara berganda.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

Ho : $\rho_{y123} = 0$ (secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan brand ambassador, harga, dan Korean wave dengan keputusan pembelian handphone tidak signifikan).

Ha : $\rho_{y123} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan brand ambassador, harga, dan Korean wave dengan keputusan pembelian handphone signifikan).

Adapun untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara berganda, digunakan nilai signifikansi F dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$).

Ho ditolak, Ha diterima jika signifikansi $F < 0,05$ dan Ho diterima, Ha ditolak jika signifikansi $F > 0,05$

Setelah dilakukan pengujian hipotesis koefisien korelasi diatas, jika pengaruh terbukti signifikan maka koefisien tersebut akan digunakan untuk menentukan koefisien determinasi.