

## **BAB III METODA PENELITIAN**

### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei untuk memperoleh informasi dan data peneliti harus mengkomunikasikan atau menanyakan pendapat dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang tercantum dalam kuesioner. Selain itu, survei juga dilakukan untuk melengkapi informasi terkait variabel yang diteliti. Jawaban atas data yang diperoleh dari survei ini nantinya akan diolah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, kuantitatif dapat diartikan sebagai metoda penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, digunakan sebagai alat untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk mendeskripsikan hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2018).

Penelitian ini menggunakan metoda pendekatan survei karena data yang akan digunakan bersifat kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu penggemar NCT 127.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1 Populasi penelitian**

Menurut Sugiyono (2019) Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari beberapa instrumen yaitu objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan sifat tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan setelah itu peneliti menarik kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh penggemar NCT 127 di Jakarta yang mempunyai tujuan untuk membeli produk *Nature Republic*.

### 3.2.2 Sampel penelitian

Sugiono (2019) menyimpulkan bahwa sampel dalam suatu penelitian merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Cara pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* yang menjelaskan bahwa teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu agar memperoleh *sampling* yang mempunyai karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dipilih berdasarkan karakteristik antara lain :

1. Responden yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali untuk produk *skincare Nature Republic*.
2. Responden berusia 17 tahun keatas yang pernah melakukan pembelian produk *skincare Nature Republic* di Jakarta.
3. Responden yang akan digunakan adalah penggemar NCT 127 di Jakarta.

Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui, Teknik cara untuk menentukan jumlah responden digunakan rumus *Margin of Error*, antara lain :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel

$Z$  = Nilai Z dengan tingkat keyakinan tertentu 95% ( $Z$  tabel = 1,96)

$moe$  = Toleransi kesalahan 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh hasil perhitungan antara lain:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$n = 96,04$  dibulatkan menjadi 97

Menurut hasil perhitungan di atas, maka diperoleh jumlah 94,04 dan dalam hal ini jumlah sampel yang diambil dibulatkan dari 96,04 menjadi 97 responden, alasan dibulatkan karena menggunakan data diskrit. Data diskrit merupakan data yang satuannya adalah bilangan bulat, artinya jumlah nilai atau suatu kategori yang bisa dihitung dan bentuknya adalah bilangan bulat.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan sekunder.

##### **1. Data primer**

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data utama untuk penelitian ini berasal dari penelitian online menggunakan kuisisioner google form akibat dari adanya wabah global yang sedang melanda dunia yaitu corona. Alat ini telah digunakan untuk mendapatkan jawaban dari responden yang telah ditentukan sebelumnya. Sugiono (2019) menyimpulkan bahwa data primer merupakan sumber data yang memberikan secara langsung kepada pengumpul data. Metoda pengumpulan data primer yang didapatkan secara langsung dari kuisisioner yang diisi oleh penggemar NCT 127 di Jakarta. Selanjutnya data sekunder juga digunakan untuk melengkapi data primer. (Sugiono, 2019)

## 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh yang tidak berkaitan langsung dengan penyediaan data kepada pengumpul data. Sumber data yang dimaksud adalah bukti, catatan sejarah, atau laporan yang disusun dalam arsip yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan (Sugiono, 2019)

### **3.3.2 Sumber dan cara pengumpulan data**

#### 1. Sumber dan teknik pengumpulan data primer

Sugiono (2018) mendefinisikan pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan agar mencapai tujuan penelitian. Metoda pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang mencakup serangkaian pertanyaan tertutup atau terbuka yang diberikan langsung kepada responden atau dikirim melalui internet. Kontak langsung antara survei dengan responden menciptakan prasyarat yang cukup baik bagi responden untuk secara sukarela memberikan data yang objektif dan cepat. (Sugiono, 2018)

Sugiono (2018) mendefinisikan bahwa operasional variabel merupakan suatu sifat atau atribut atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian menarik kesimpulannya. (Sugiono, 2018)

Sugiono (2018) menyimpulkan bahwa deskripsi kuisisioner dapat diukur menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Skala likert digunakan untuk tujuan analisis kuantitatif penelitian, sehingga setiap pertanyaan diberi skala dari “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju”. Skala ini memiliki nilai berbobot. Setiap jawaban yang telah diberikan akan diberi bobot sebagai berikut (Sugiono, 2018) :

**Tabel 3. 1** Bobot Nilai Skala Likert

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiono (2018)

Adapun untuk membuat pertanyaan yang ada didalam kuisisioner penelitian, peneliti menggunakan indikator dan sub indikator sebagai dasar dari pertimbangan membuat pertanyaan. Indikator dan sub indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3. 2** Indikator dan Sub Indikator Variabel *Brand Ambassador* (X<sub>1</sub>)

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1.	<i>Visibility</i>	Kepopuleran <i>brand ambassador</i>	1
2.	<i>Credibility</i>	Kredibilitas <i>brand ambassador</i>	2
3.	<i>Attraction</i>	Daya tarik <i>brand ambassador</i>	3
4.	<i>Power</i>	Kekuatan <i>brand ambassador</i>	4

Sumber : Philip Royan dalam Sulistya (2017)

**Tabel 3. 3** Indikator dan Sub Indikator Variabel *Brand Personality* (X<sub>2</sub>)

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1.	<i>Sincerity</i>	Ketulusan <i>brand ambassador</i>	5
2.	<i>Excitement</i>	Keramahan <i>brand ambassador</i>	6
3.	<i>Competence</i>	Kemampuan <i>brand ambassador</i>	7
4.	<i>Sophistication</i>	Kecanggihan <i>brand ambassador</i>	8
5.	<i>Ruggedness</i>	Ketangguhan <i>brand ambassador</i>	9

Sumber : Aaker dalam Naibaho dan Yulianti (2017)

**Tabel 3. 4** Indikator dan Sub Indikator Variabel Harga (X<sub>3</sub>)

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1.	Harga terjangkau	Harga produk <i>Nature Republic</i>	10

2.	Persaingan Harga	Harga lebih terjangkau dari produk lain	11
3.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Penetapan harga sesuai dengan kualitas produk	12
4.	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	Penetapan harga sesuai dengan manfaat produk	13

Sumber : Stanton (2014)

**Tabel 3. 5** Indikator dan Sub Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1.	<i>Attention</i>	Keberadaan produk	14
2.	<i>Interest</i>	Ketertarikan terhadap produk	15
3.	<i>Desire</i>	Keinginan membeli produk	16
4.	<i>Action</i>	Memutuskan membeli produk	17
5.	<i>Satisfaction</i>	Kepuasan terhadap pembelian produk	18

Sumber : Cysara dalam Junaidi dan Meirisa (2021)

Sebelum melakukan penyebaran kuesioner, dilakukan uji terlebih dahulu terhadap responden untuk mengetahui validasi dan reliabilitas kuisisioner.

#### (1) Uji validasi

Uji validasi digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validasi dalam menentukan signifikan atau tidak signifikan suatu pertanyaan antara lain :

- a.  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

b.  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

## (2) Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan digunakan untuk mengumpulkan data variabel reliabel atau tidak. Pengukuran hasil data yang didapatkan menggunakan bantuan *Statistical Program for Society Science* (SPSS). Pengukuran menggunakan aplikasi SPSS melalui *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) untuk menunjukkan suatu variabel yang akan dikatakan reliabel. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas antara lain :

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $>$  dari 0,60 maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik, dengan kata lain instrumen dapat dikatakan reliabel atau dapat dipercaya.
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $<$  dari 0,60 maka instrumen dapat dikatakan tidak reliabel atau tidak dapat dipercaya.

## 3.4 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiono (2018) operasional variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari suatu objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini ditentukan dua variabel diantaranya yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

### 1. Variabel bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi, yang mengakibatkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *brand ambassador* (X1), *brand personality* (X2), dan harga (X3).

### 2. Variabel terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

### **3.5 Metoda Analisi Data**

#### **3.5.1 Metode Pengolahan Data**

Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut akan dianalisis menggunakan teknik pengolahan data. Analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum di atas dalam mengidentifikasi masalah. Pengolahan data dilakukan menggunakan *Statistical Program for Society Science* (SPSS). Hal ini dilakukan agar pengolahan data statistik dapat dilakukan dengan cepat dan akurat.

#### **3.5.2 Metoda Penyajian Data**

Penyajian data dengan menggunakan tabel, untuk mempermudah dalam menganalisis dan memahami data, sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

#### **3.5.3 Analisis statistik data**

##### **1. Koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $r^2$ ) memiliki tujuan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variasi yang ada pada variabel terikat. Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi masing-masing variabel  $X_1$  terhadap  $Y$ ,  $X_2$  terhadap  $Y$ , dan  $X_3$  terhadap  $Y$ . koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap  $Y$  secara bersamaan.

Perhitungan dalam uji ini menghasilkan nilai dari sampai 1 (satu). Nilai koefisien determinasi atau *adjust  $R^2$*  mendekati angka 1 (satu) mendefinisikan bahwa variabel bebas ( $X$ ) memiliki pengaruh besar terhadap variabel terikat ( $Y$ ). sebaliknya jika nilai koefisien determinasi atau *adjust  $R^2$*  semakin kecil atau semakin mendekati angka 0 (nol) maka dapat

disimpulkan pengaruh yang dimiliki variabel bebas (X) tidak besar atau kecil terhadap variabel terikat (Y). Rumus koefisien determinasi antara lain :

$$kd = R^2 \times 100\% \quad (3.2.)$$

Keterangan :

Kd = jumlah koefien determinasi

R<sup>2</sup> = nilai koefisien korelasi

- (1) KD parsial *brand ambassador* X<sub>1</sub> terhadap keputusan pembelian Y dimana (*brand ambassador* X<sub>2</sub> dan Harga X<sub>3</sub>)

$$KD_{1.23} = r_{Y1.23}^2 \times 100\% \quad (3.3)$$

- (2) KD parsial *brand personality* X<sub>2</sub> terhadap keputusan pembelian Y dimana (kualitas *brand ambassador* X<sub>1</sub> dan harga X<sub>3</sub>)

$$KD_{2.13} = r_{Y2.13}^2 \times 100\% \quad (3.4)$$

- (3) KD parsial harga X<sub>3</sub> terhadap keputusan pembelian Y dimana

$$KD_{3.12} = r_{Y3.12}^2 \times 100\% \quad (3.5)$$

- (4) KD berganda antara *brand ambassador* (X<sub>2</sub>), *brand personality* (X<sub>2</sub>), harga (X<sub>3</sub>) terhadap keputusan pembelian (Y)

$$KD_{1.2.3} = r_{Y123}^2 \times 100\% \quad (3.6)$$

## 2. Pengujian hipotesis

Dalam suatu pengujian hipotesis yang dilakukan secara statistik tidak ada pengujian hipotesis terhadap KD. Oleh karena itu, dalam melakukan pengujian hipotesis terhadap koefisien korelasi (ρ) yang merupakan unsur pertama pembentukan KD.

(1) Pengujian parsial (t)

Bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen (X) secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh terhadap variabel terkait atau variabel dependen (Y).

a. *Brand ambassador* (X<sub>1</sub>) terhadap keputusan pembelian (Y)

H<sub>0</sub> :  $\rho_{1.23} = 0$  (*brand ambassador* tidak signifikan terhadap keputusan pembelian)

H<sub>a</sub> :  $\rho_{1.23} \neq 0$  (*brand ambassador* signifikan terhadap keputusan pembelian)

b. *Brand personality* (X<sub>2</sub>) terhadap keputusan pembelian (Y)

H<sub>0</sub> :  $\rho_{2.13} = 0$  (*brand personality* tidak signifikan terhadap keputusan pembelian)

H<sub>a</sub> :  $\rho_{2.13} \neq 0$  (*brand personality* signifikan terhadap keputusan pembelian)

c. Harga (X<sub>3</sub>) terhadap keputusan pembelian (Y)

H<sub>0</sub> :  $\rho_{3.12} = 0$  (harga tidak signifikan terhadap keputusan pembelian)

H<sub>a</sub> :  $\rho_{3.12} \neq 0$  (harga signifikan terhadap keputusan pembelian)

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dilihat dari *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata  $\alpha$  ( $5\% = 0,065$ ) dengan kriteria :

(a) H<sub>0</sub> ditolak, jika *significance t* < 0,05

(b) H<sub>a</sub> diterima, jika *significance t*  $\geq 0,05$

(2) pengujian simultan

H<sub>0</sub> :  $\rho_{1.2.3} = 0$  (Variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan X<sub>3</sub> tidak signifikan terhadap Y)

H<sub>a</sub> :  $\rho_{1.2.3} \neq 0$  (Variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan X<sub>3</sub> signifikan terhadap Y)

Untuk menguji pengaruh secara simultan, dilihat dari *significance f* dibandingkan dengan taraf nyata atau  $\alpha$  ( $5\% = 0,065$ ) dengan kriteria :

- (a)  $H_0$  ditolak, jika *significance f*  $< 0,05$
- (b)  $H_a$  diterima, jika *significance f*  $\geq 0,05$

Nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan pengaruh perubahan variabel bebas tertentu terhadap variabel terikat apabila hasil pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun simultan,  $H_0$  ditolak (variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat).