



## BAB III

### METODE PENELITIAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kiangie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

#### A. Objek Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Objek penelitian menurut Sugiyono (2017:4) adalah sasaran ilmiah untuk data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu).

Objek penelitian ini adalah keputusan konsumen dalam membeli produk di Tokopedia dengan melihat BTS sebagai *brand ambassador* dalam memasarkan produk Tokopedia, dan *brand trust* dari konsumen terhadap Tokopedia, selanjutnya subyek yang diteliti yakni adalah pelanggan yang menggunakan dan pernah membeli produk Tokopedia di Jakarta. Penelitian ini dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner dengan cara *online* melalui *google form*.

#### B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Sekara dan Roger Bougie (2017:109) adalah rencana untuk mengumpulkan, mengukur dan menganalisis data berdasarkan pernyataan penelitian sehingga desain penelitian ini dapat diartikan sebagai rancangan dalam melakukan sebuah penelitian dan sebagai pedoman penelitian. riset ini dibuat dalam rangka melakukan pengumpulan bukti perihal hubungan sebab akibat yang ada dalam penelitian ini. Lain halnya metode yang digunakan yakni dengan survei unit analisis konsumen Tokopedia serta survei ini dilaksanakan sebanyak satu kali (*cross-sectional*).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### C. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas menurut Sugiyono (2018:57) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam hal ini variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *brand ambassador*, *brand trust*. Variabel terikat menurut Sugiyono (2018:57) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat beli.

Operasionalisasi variabel dalam sebuah penelitian digunakan untuk menentukan jenis dan indikator dari masing-masing variabel yang terkait dengan penelitian. Selain itu, hal ini juga digunakan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel yang akan diteliti. Sehingga penelitian yang dilakukan menggunakan alat bantu yang tepat. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. *Brand ambassador*

**Tabel 3.1**

#### **Operasionalisasi Variabel**

##### *Brand ambassador*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Brand ambassador (X1)</i>  Menurut Kertamukti (2015) dalam Utaminingsih dan Suderajat	<i>Visibility</i>	1. BTS adalah salah satu <i>boyband</i> yang tengah hits di kalangan remaja 2. BTS merupakan <i>boyband</i> dengan tingkat popularitas yang sangat tinggi	Interval
	<i>Credibility</i>	1. BTS yang dimuat di Tokopedia membuat	Interval



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(2021)		pelanggan lebih percaya 2. BTS mampu memberikan citra baik bagi Tokopedia	
	<i>Attraction</i>	1. BTS mempunyai perilaku yang baik sehingga menjadi daya tarik itu sendiri 2. Adanya interaksi BTS yang positif pada media sosial Tokopedia mampu menarik pelanggan	Interval
	<i>Power</i>	1. Produk-produk yang dipromosikan BTS pasti bagus 2. Saya akan membeli produk Tokopedia karena sudah tertuju bagus	Interval

## 2. Brand Trust

Tabel 3.2

### Operasionalisasi Variabel

#### *Brand Trust*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Brand Trust</i> (X2)  Menurut Lau dan Lee (1999:344), dalam Wijarko (2019)	<i>Brand Characteristic</i>	1. Tokopedia telah dipercaya dikalangan kosnumen di Indonesia 2. Tokopedia mampu memenuhi kebutuhan konsumen	Interval
	<i>Company Characteristic</i>	1. Tokopedia memiliki citra perusahaaa yang baik 2. Tokopedia banyak disukai masyarakat	Interval
	<i>Consumer-Brand Characteristic</i>	1. Saya merasa senang ketika berbelanja <i>online</i> di Tokopedia 2. Saya merasa puas ketika	Interval



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

		berbelanja <i>online</i> di Tokopedia	
--	--	---------------------------------------	--

### 3. *Minat beli*

**Tabel 3.3**  
**Operasionalisasi Variabel**  
**Minat Beli**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Minat Beli (Y1)  Menurut Kotler dan Amstrong (2018:570)	Minat Transaksional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melihat BTS sebagai <i>brand ambassador</i> menimbulkan minat dalam membeli produk tersebut</li> <li>2. Produk yang dipromosikan BTS membuat saya ingin membeli produk tersebut</li> </ol>	Interval
	Minat Referensial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya minta membeli produk karena melihat iklan yang dipromosikan BTS</li> <li>2. Melihat <i>review</i> produk yang ditawarkan BTS menimbulkan minat saya untuk mereferensikan kepada teman dan keluarga</li> </ol>	Interval
	Minat Eksploratif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya minat membeli produk yang ditawarkan BTS karena kualitas produk yang bagus</li> <li>2. Saya minat membeli produk karena harga yang terjangkau</li> </ol>	Interval



## D. Teknik Pengambilan Sampel

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dalam menetapkan jumlah sampel pada penelitian ini, penulis menggunakan pernyataan dari Hair et al (2017) dalam Tiandewo dan Yustine (2020), bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pernyataan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi  $n \times 5$  indikator. Dalam penelitian ini jumlah item adalah 20 item pernyataan, sehingga jumlah reponden yang digunakan adalah 20 item pernyataan dikali 5 sama dengan 100 responden.

Sampel merupakan unsur berupa karakteristik serta jumlah yang populasi miliki. Teknik pengambilan sampel dengan melalui *Non-probability sampling* yakni sistem pengambilan sampel yang tak memberikan peluang yang setara untuk segala bagian pengambilan sampel dalam rangka dipilih serta dijadikan sampel Sugiyono (201). Hal ini dikarenakan jumlah pembeli produk pada Tokopedia tidak diketahui secara pasti. Cara pengambilan sampelnya peneliti menggunakan *Judgmental Sampling*, yakni teknik pengambilan sampel dari pembeli produk pada Tokopedia dengan kriteria tertentu.

Untuk mendapatkan data penelitian para pembeli produk pada Tokopedia di Jakarta dengan kriteria sebagai berikut:

- (1) Kosnumen yang merupakan pengguna Tokopedia
- (2) Konsumen yang pernah membeli produk pada Tokopedia
- (3) Konsumen merupakan penggemar BTS
- (4) Usia responden diatas 15 tahun

## E. Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden untuk memperoleh data primer. Sugiyono

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



(2018:142), menjelaskan bahwa kuesioner adalah teknik pengumpul data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden penelitian untuk dijawab. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup, yaitu kuesioner yang disebarkan terdapat pilihan jawaban sehingga responden memiliki keterbatasan dalam menjawab kuesioner. Hal ini dilakukan supaya data diperoleh relevan dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Pilihan jawaban yang terdapat dalam kuesioner terdiri dari lima jawaban dan masing-masing memiliki nilai yang berbedada.

Dan pernyataan yang telah peneliti buat pada kuesioner, dalam menilai pemberian jawaban oleh responden, peneliti menentukan perolehan nilai pada setiap jawaban menggunakan skala likert.

Skala likert ini dipakai dalam pengukuran persepsi serta pendapat dari seorang individu ataupun kelompok perihal fenomena sosial. Peneliti memakai tingkat skala likert seperti Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), Sangat Setuju (5). Masing-masing jawabannya diberikan skor 1-5, skor 1 untuk pernyataan *Unfavourable* serta skor 5 pada *Favourable*.

## F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data dilaksanakan setelah semua kuesioner telah dijawab serta terkumpul. Data yang diperoleh adalah data mentah yang selanjutnya akan diolah dan dihitung dengan menggunakan software SPSS versi 26 supaya informasinya memiliki daya guna untuk peneliti. Dalam rangka mempermudah proses pengolahan data, peneliti menggunakan teknis analisis data berikut ini:



## 1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Jadi, validitas berguna untuk mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner sudah kita buat dengan benar dan dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Dalam menentukan keputusan uji validitas, peneliti menggunakan rumus

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

perhitungan Pearson Product Moment, taraf signifikansi  $\alpha$  sebesar 5%, maka nilai  $r$  tabel yaitu 0,361. Dengan rumus sebagai berikut:

Keterangan:

X = Skor Pernyataan

Y = Skor Total

$r$  = Koefisien korelasi

$n$  = Jumlah responden

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:268) uji reliabilitas adalah tingkat konsistensi dan stabilitas data. Alat ukur yang dikatakan reliabel apabila menunjukkan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu. Sedangkan data yang dinyatakan tidak reliabel tidak dapat diproses lebih lanjut.

Uji reliabilitas ini digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan, keakuratan, ketelitian dan konsistensi dari suatu indikator yang digunakan dalam kuesioner.



Sehingga suatu penelitian yang baik selain harus valid juga harus reliabel supaya memiliki nilai ketepatan saat diuji dalam waktu berbeda. Pengujian reliabilitas ini menggunakan metode koefisien reliabilitas *Alpha* Cronbach's. ketentuan rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- (1) Jika nilai Cronbach's *Alpha*  $\alpha > 0,60$  maka pertanyaan/pernyataan yang dicantumkan di dalam kuesioner dinyatakan reliabel atau terpercaya.
- (2) Jika nilai Cronbach's *Alpha*  $\alpha < 0,60$  maka pertanyaan/pernyataan yang dicantumkan di dalam kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau terpercaya.

### 3. Analisis Deskriptif

Ghozali (2018:19) menjelaskan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran dari segi nilai rata-rata, standar deviasi, varian, nilai maksimum, nilai minimum dan lain-lain.

Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah yaitu untuk mengetahui penjelasan mengenai *brand ambassador*, *brand trust*, dan minat beli.

### 4. Skala Likert

Dalam penelitian ini memakai skala *likert* pada teknik analisis data. Sugiyono (2018:93) menjelaskan bahwa skala *likert* digunakan untuk menggambarkan sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Setiap pernyataan yang terdapat dalam kuesioner akan diberikan skor untuk menyatakan tingkat persetujuan atas pernyataan yang diberikan.





**Tabel 3.4**

**Skala likert**

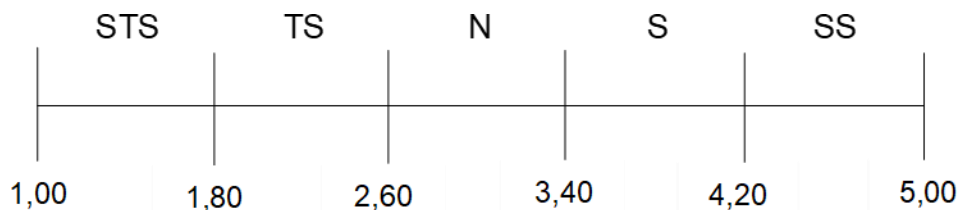
Skala peringkat	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Data Kuesioner

Untuk menghitung skala penilaian di setiap bobot dapat menggunakan rentang skala, yaitu sebagai berikut:

**Gambar 3.1**

**Rentang Skala Likert**



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju

2,61 – 3,40 = Netral

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

Perhitungan skor di atas adalah sebagai berikut:

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(1) Angka jawaban responden dimulai dari angka 1 sampai dengan 5, sehingga kategorisasi jawaban menggunakan ketentuan

$$\begin{aligned}\text{Rentang (r)} &= (\text{skor rata-rata tertinggi} - \text{skor rata-rata terendah}) \\ &= 5,00 - 1,00 \\ &= 4\end{aligned}$$

(2) Maka didapatkan panjang kelas

$$(\text{interval kelas}) (p) = r/k = 4/5 = 0,8$$

Rentang tersebut yang akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan kategorisasi yang akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan kategorisasi rata-rata penilaian responden terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

## 5. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Ghozali (2018:161) menjelaskan bahwa uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini dilakukan melalui teknik uji statistik Uji statistik ini dilakukan dengan membandingkan distribusi data dengan distribusi data normal, yaitu dengan mean dan standar deviasi yang sama, dengan ketentuan sebaga berikut:

(1) Jika  $\text{Sig} > \alpha (0,05)$  dengan demikian data dikatakan berdistribusi normal

(2) Jika  $\text{Sig} < \alpha (0,05)$  dengan demikian data dikatakan tidak berdistribusi normal

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## b. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2018:105) menjelaskan bahwa tujuan dari uji multikolinearitas ini adalah untuk menguji apakah ditemukan adanya antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi dinyatakan baik apabila tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Uji multikolinearitas ini dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria dari uji multikolinearitas ini adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai VIF < 10 maka tidak ada multikolinieritas dalam data
- (2) Jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinieritas dalam data

## c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:137) menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah antara pengamat satu dengan lain terjadi ketidaksamaan varian. Dikatakan heteroskedastisitas apabila varian dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain dinyatakan tetap. Namun, apabila varian tersebut berbeda maka dikatakan homoskedastisitas.

Model regresi yang baik apabila dinyatakan sebagai homoskedastisitas.

Kriteria dari uji heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:

- (1) Jika nilai VIF < 10 maka tidak ada multikolinieritas dalam data
- (2) Jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinieritas dalam data

## 6. Analisis Regresi Linear Berganda

### a. Uji Kelayakan Model (F)

Ghozali (2018:98) menjelaskan bahwa uji F bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



variabel dependen. Model Statistik dari Uji F hipotesis sebagai berikut:

$$H_0 : : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \text{paling tidak ada satu } \beta_i \neq 0 \text{ (} i=1,2\text{)}$$

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

(1) Jika nilai signifikan  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hal ini berarti model layak digunakan dalam penelitian

(2) Jika nilai signifikan  $F > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Hal ini berarti model tidak layak digunakan dalam penelitian

#### b. Uji Signifikasi Koesien (Uji t)

Ghozali (2018:99) menjelaskan bahwa Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Kriteria yang digunakan dalam Uji t ini adalah sebagai berikut:

(1) Jika nilai signifikan  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

(2) Jika nilai signifikan  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

#### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Ghozali menjelaskan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menunjukkan besarnya kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Hasil dari koefisien determinasi ini ditentukan oleh nilai  $R^2$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

yaitu dari 0 sampai 1. Kriteria yang digunakan dalam koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai  $R^2$  mendekati angka 1 maka variabel dependen dapat dinyatakan mampu memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.
- (2) Jika nilai  $R^2$  mendekati angka 0 maka variabel dependen dapat dinyatakan sangat untuk memprediksi variabel dependen.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

