



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah keputusan konsumen dalam membeli BTS Meal dengan melihat *brand ambassador* dan *viral marketing* dalam memasarkan produknya. Subjek penelitiannya adalah konsumen yang sudah pernah membeli BTS Meal di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Penelitian ini dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner dengan cara online melalui *google form*.

#### B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Sekaran dan Roger Bougie (2017:109) adalah rencana untuk mengumpulkan mengukur dan menganalisis data berdasarkan laporan penelitian. Oleh karena itu desain penelitian ini dapat dipahami sebagai suatu rancangan dalam melakukan suatu penelitian dan sebagai pedoman penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan bukti hubungan sebab akibat dalam penelitian ini.

#### C. Variabel Penelitian

Variabel penelitiannya merupakan variabel *independen* serta variabel *dependen*. Variabel bebas berdasarkan Sugiyono (2018:57) disebut sebagai variabel pemberi pengaruh atas munculnya variabel terikat. Variabel terikat berdasarkan Sugiyono (2018:57) disebut sebagai variabel yang mendapatkan pengaruh akibat, atas eksistensi variabel bebas.



Berdasarkan batasan penelitian yang akan diteliti, Terdapat tiga variabel yang akan di teliti. Dua variabel bebas meliputi *brand ambassador* dan *viral marketing*, dan satu variabel terikat meliputi niat beli. Berikut indikator yang dapat di jelaskan dari variabel nya:

**1. Brand Ambassador**

**Tabel 3.1**

**Operasional Variabel *Brand Ambassador***

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<p><i>Brand Ambassador (X)</i> Kertamukti (2015: 70)</p>	<i>Visibility</i> (Popularitas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BTS telah dikenal konsumen sebelum menjadi <i>brand ambassador</i> BTS Meal</li> <li>- BTS memiliki keahlian melakukan promosi dalam berbagai macam produk</li> </ul>	Interval
	<i>Credibility</i> (Kredibilitas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BTS layak menjadi <i>brand ambassador</i> karena memiliki reputasi yang baik</li> <li>- BTS memiliki pengalaman dalam mempromosikan produk</li> </ul>	Interval
	<i>Attraction</i> (Daya Tarik)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BTS memiliki ciri fisik yang dapat menarik konsumen dalam mempromosikan produk</li> <li>- BTS memiliki penampilan yang tampan</li> </ul>	Interval
	<i>Power</i> (Kekuasaan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BTS mampu membuat konsumen memberikan perhatiannya untuk membeli produk yang di promosikan</li> <li>- BTS memiliki <i>power</i> yang kuat dalam merubah persepsi konsumen untuk membeli produk yang di promosikan</li> </ul>	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



## 2. Viral Marketing

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel *Viral Marketing*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Viral Marketing (M) Kaplan dan Haenlein (2011)	<i>Messenger</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya mengetahui BTS Meal melalui platform media sosial</li> <li>- Saya mengetahui BTS Meal dari konten kreator yang memiliki pengetahuan tentang informasi produk</li> </ul>	Interval
	<i>Message</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informasi produk BTS Meal yang ada di media sosial membuat saya tertarik</li> <li>- Konten yang disampaikan unik sehingga menarik niat saya untuk membeli</li> </ul>	Interval
	<i>Environment</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten yang disampaikan update sesuai dengan tren masa kini</li> <li>- Konten yang disampaikan sudah diketahui oleh banyak orang</li> </ul>	Interval

## 3. Niat Beli

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Niat Beli

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Niat Beli (Y) Ida dan Ketut (2018)	Niat Transaksional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kualitas BTS Meal sesuai dengan harapan konsumen yang dapat menimbulkan niat dalam membeli BTS Meal</li> <li>- Melihat iklan Mcd dengan <i>brand ambassador</i> BTS menimbulkan niat dalam membeli BTS Meal</li> </ul>	Interval
	Niat Referensial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya memiliki niat untuk membeli BTS Meal karena melihat <i>review</i> yang ada</li> <li>- Saya memberikan referensi BTS Meal kepada orang terdekat</li> </ul>	Interval
	Niat Eksploratif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya memiliki niat untuk membeli BTS Meal yang ditawarkan karena memiliki kualitas produk yang baik dan harga terjangkau</li> <li>- Saya memiliki niat yang tinggi untuk membeli BTS Meal</li> </ul>	Interval

© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### D. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* atau pengambilan sampel secara tidak acak. Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, dimana pengambilan anggota sampel dilakukan berdasarkan kriteria tertentu, yaitu para konsumen yang pernah mengonsumsi BTS Meal.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden untuk memperoleh data primer. Sugiyono (2018:142) menjelaskan bahwa kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden penelitian untuk dijawab. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup, yaitu kuesioner yang disebarakan sudah terdapat pilihan jawaban sehingga responden memiliki keterbatasan dalam menjawab kuesioner.

Pengumpulan data kuisisioner yang dilakukan oleh penulis menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert mempunyai lima tingkat prefrensi jawaban yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Masing-masing jawabannya diberikan skor 1- 5, skor 1 untuk pertanyaan *Unfavourable* serta skor 5 pada *Favourable*.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
© Hak Cipta milik IBI KGS (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.



## F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data dilakukan setelah semua kuesioner diisi dan dikumpulkan. Data yang diperoleh merupakan data mentah, selanjutnya akan diolah dan dihitung menggunakan software SPSS versi 24 untuk memerikan informasi yang bermanfaat bagi peneliti. Untuk mempermudah pengolahan data peneliti menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas

Sugiyono (2018:267) menjelaskan bahwa uji validitas adalah adanya persamaan data antara yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh secara langsung dan subjek penelitian. Sehingga suatu instrument dapat dikatakan valid apabila terdapat kesesuaian antara instrument secara keseluruhan dan mampu mengukur ketepatan data dan variabel yang diteliti.

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur kevalidan setiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner di setiap variabelnya. Ketentuan rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{xy} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan/pernyataan yang di cantumkan di dalam kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika  $r_{xy} \leq r_{tabel}$ , maka pertanyaan/pernyataan yang di cantumkan di dalam kuesioner dinyatakan tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:268) uji reliabilitas adalah tingkat konsistensi dan stabilitas data. Alat ukur yang dikatakan reliabel apabila menjukan hasil yang konsisten dan 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 yang berbeda. Pengujian reliabilitas ini menggunakan metode koefisien reliabilitas Alpha Cornbach's. Ketentuan rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach's alpha  $\alpha > 0,50$  maka pertanyaan/ Pernyataan yang di cantumkan di dalam kuesioner dinyatakan reliabel atau terpercaya.
- b. Jika nilai Cronbach's alpha  $< 0,50$  maka pertanyaan/ Pernyataan yang di cantumkan di dalam kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak 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* dan *viral marketing*.

### 4. 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 Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro Wilk.



Uji statistik ini dilakukan dengan membandingkan distribusi data dengan distribusi data normal, yaitu dengan mean dan standar deviasi yang sama. Dengan ketentuan sebagai berikut :

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

Menurut Mustofa dan Nurfadillah (2021), langkah alternatif lain dari uji normalitas yaitu dengan menggunakan metode monte carlo dengan menggunakan pengembangan yang sistematis dengan memanfaatkan bilangan acak. Tujuan dilakukannya monte carlo adalah untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak dari data yang telah diuji dari sampel yang bernilai acak atau terlalu ekstrem nilainya.

#### b. Uji Multikolinieritas

Ghozali (2018:105) menjelaskan bahwa tujuan dari uji multikolinieritas ini adalah untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi dinyatakan baik apabila tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kriteria dari uji multikolinieritas ini adalah sebagai berikut:

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

#### c. Uji Homoskedastisitas

Ghozali (2018:137) menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah antara pengamatan satu dengan yang 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 probabilitas  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- (2) Jika probabilitas  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas

### 5. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis Jalur (*Path Analysis*) dipergunakan pada pengujian besaran sumbangan (pengaruh) yang ditunjukan koefisien jalur terhadap tiap-tiap diagram jalur oleh korelasi kausal X terhadap M dan X dan M pada Y (Ghozali 2018: 245).

Analisis jalur merupakan cara melakukan analisis hubungan sebab akibat yang dialami regresi berganda apabila variabel independennya mempengaruhi variabel terikat bukan hanya dengan cara langsung namun juga tidak langsung.

#### Persamaan Sub Struktur I:

$$M = \rho_{mx} + \varepsilon_2$$

#### Persamaan Sub Struktur II:

$$Y = \rho_{yx} + \rho_{ym} + \varepsilon_3$$

Keterangan:

Y = Niat Beli

M = *Viral Marketing*

X = *Brand Ambassador*

$\rho_{yx}$  = Koefisien jalur *Brand Ambassador* terhadap niat beli

$\rho_{mx}$  = Koefisien jalur *Brand Ambassador* terhadap *Viral Marketing*



$pym$  = Koefisien jalur *Viral Marketing* terhadap niat beli

$\varepsilon$  = Standard Error

Analisis jalur merupakan metode analisis data multivariat dependensi untuk menguji hipotesis hubungan asimetris yang dibangun atas dasar kajian teori tertentu, hal tersebut bertujuan mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel penyebab terhadap variabel akibat. Penguji hubungan asimetris ini adalah model yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel.

## 6. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Ghozali (2018:98) menjelaskan bahwa uji F bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen dan variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya 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  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti model tidak layak digunakan dalam penelitian.

## 7. Uji Signifikan Koefisien (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.



## 8. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Ghozali (2018: 97) 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  $R^2$  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 terbatas untuk memprediksi variabel dependen.

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.