



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Obyek Penelitian

Obyek dari penelitian ini adalah mie instant Lemonilo dan untuk subjek penelitian merupakan konsumen yang melakukan pembelian mie instant Lemonilo.

#### 3.2 Desain Penelitian

Menurut Sallis et al. (2021) desain penelitian menggambarkan bagaimana seluruh proses penelitian diatur untuk menjawab pertanyaan penelitian. Jenis data apa yang dibutuhkan, cara mendapatkan data, dan cara menganalisisnya, semuanya merupakan pertimbangan penting. Ada tujuh klasifikasi desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (dalam Junio Calvin, 2021), yaitu:

##### 1. Derajat dari Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian ini menggunakan penelitian formal, penelitian akan dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan riset dan melibatkan prosedur yang tepat dan spesifikasi sumber data, tujuan dari desain penelitian formal adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan.

##### 2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah studi komunikasi, dimana peneliti akan mempertanyakan subyek penelitian dan mengumpulkan tanggapan atau respon mereka dalam bentuk kuesioner.

##### 3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti

Pengendalian variabel berfungsi untuk mengetahui apakah peneliti memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel yang dapat dibedakan menjadi dua, yaitu desain eksperimental dan *ex post facto study*. Penelitian ini akan menggunakan *ex*



*post facto study*, karena peneliti tidak dapat memanipulasi variabel, sehingga peneliti hanya melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

#### 4. Tujuan Studi

Penelitian ini termasuk penelitian kausal, dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan hubungan antar variable, yaitu bagaimana pengaruh efektivitas iklan dan kredibilitas brand ambassador terhadap keputusan pembelian mie instant Lemonilo.

#### 5. Dimensi Waktu

Dimensi waktu diklasifikasikan menjadi dua, yaitu *cross sectional study* dan *longitudinal study*. Penelitian ini akan menggunakan *cross sectional study*, yaitu pengumpulan data yang dilakukan hanya sekali dalam suatu periode tertentu yaitu pada saat penyebaran kuesioner kepada para konsumen mie instant Lemonilo.

#### 6. Cakupan Topik

Penelitian ini adalah penelitian statistic, dimana penelitian ini mencoba untuk mengetahui karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampelnya, hipotesis akan pengujian akan dilakukan secara kuantitatif.

#### 7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan, karena data-data yang ada diambil langsung dari responden konsumen mie instant Lemonilo dengan cara penyebaran kuesioner.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:81) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menunjukkan kualitas dan karakteristik tertentu yang peneliti tetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dari



penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi mie instant Lemonilo dan berdomisili di Jakarta Utara.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:82) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Sugiyono (2017:85) menyatakan bahwa teknik *purposive sampling (judgement sampling)* teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam hal ini responden akan dipilih berdasarkan pertimbangan berikut ini:

1. Pernah membeli dan mengkonsumsi mie instant Lemonilo minimal satu kali dalam 6 bulan terakhir.
2. Berdomisili di Jakarta Utara.

Hair et al mengungkapkan bahwa ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pernyataan yang akan dianalisis. Pada penelitian ini terdapat 19 pernyataan, maka jumlah sampel yang diperlukan adalah  $19 \times 5$  yaitu 95 responden dan akan dibulatkan menjadi 100 responden.

### 3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu Jakarta Utara. Pemilihan lokasi di Jakarta Utara adalah karena distribusi mie instant Lemonilo yang mudah ditemukan dimanapun, seperti *supermarket* dan *minimarket*, serta banyaknya penggemar dari NCT Dream itu sendiri pada lokasi ini.

### 3.5 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah efektivitas iklan, kredibilitas *brand ambassador* dan keputusan pembelian. Pada tabel 3.1 adalah pengukuran yang digunakan dalam variabel efektivitas iklan.

**Tabel 3.1**  
**Dimensi dan Indikator Efektivitas Iklan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Efektivitas Iklan (X)	<i>Empathy</i>	Iklan mie Lemonilo sangat baik karena mudah diingat	Interval
		Saya menyukai iklan mie Lemonilo	Interval
	<i>Persuasion</i>	Iklan mie Lemonilo menarik perhatian saya	Interval
		Iklan mie Lemonilo membuat saya ingin membeli produknya	Interval
	<i>Impact</i>	Iklan mie Lemonilo membuat saya mengenal lebih dalam mengenai produknya	Interval
		Iklan mie Lemonilo merupakan iklan yang kreatif sehingga saya tertarik untuk melakukan pembelian	Interval
	<i>Communication</i>	Menurut saya, informasi yang terdapat pada iklan sangat jelas	Interval
		Saya mengerti isi pesan dari iklan mie Lemonilo	Interval
		Informasi yang terdapat dalam iklan mie Lemonilo mudah dipahami	Interval

Pada tabel 3.2 terdapat pengukuran yang digunakan dalam variabel kredibilitas *brand ambassador*.

**Tabel 3.2**  
**Dimensi dan Indikator Kredibilitas *Brand Ambassador***





Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b> <b>Kredibilitas Brand Ambassador (X)</b> 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.	Kepercayaan ( <i>Trustworthiness</i> )	NCT Dream merupakan tokoh yang bisa menyampaikan informasi terpercaya mengenai mie Lemonilo	Interval
		NCT Dream memiliki kekuatan untuk mempengaruhi saya melakukan pembelian mie Lemonilo	Interval
	Keahlian ( <i>Expertise</i> )	NCT Dream memiliki keahlian dalam mengkomunikasikan produk mie Lemonilo	Interval
	Daya Tarik ( <i>Attractive</i> )	NCT Dream memiliki citra positif dimata saya sehingga saya tertarik untuk melakukan pembelian mie Lemonilo	Interval
		NCT Dream memiliki daya tarik sehingga memikat saya untuk membeli mie Lemonilo	Interval

Pada tabel 3.3 terdapat pengukuran yang digunakan dalam variabel keputusan pembelian:

**Tabel 3.3**

**Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	<i>Product Choice</i>	Saya memutuskan untuk mengkonsumsi mie Lemonilo karena menyediakan banyak variasi rasa	Interval
	<i>Brand Choice</i>	Saya memilih mie Lemonilo untuk saya konsumsi daripada merek lainnya	Interval
	<i>Dealer Choice</i>	Saya membeli mie Lemonilo secara <i>offline</i> (Indomaret, Alfamart, dsb)	Interval
	<i>Purchase Amount</i>	Saya dapat membeli mie Lemonilo lebih dari satu dalam sekali transaksi	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.

<i>Purchase Timing</i>	Saya dapat melakukan pembelian mie Lemonilo kapan saja karena produk mudah ditemukan	Interval
------------------------	--	----------

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan jenis data primer dan data sekunder untuk pengumpulan data pada penelitian ini. Data primer diperoleh dari kuesioner yang akan peneliti disebar. Untuk data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, serta situs web yang masih berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dimana peneliti akan menyebarkan kuesioner melalui *google form* dan para responden dapat mengisi kuesioner secara daring.

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2017:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Responden diminta untuk menunjukkan sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju dengan serangkaian pernyataan tentang fenomena yang ingin mereka ukur.

Table 3.4

#### Scoring untuk Kategori

Kategori	Score
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

### 3.7 Pengolahan Data dan Analisis Data

Pada penelitian ini akan menggunakan alat bantu SPSS 26.0 untuk menganalisis

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) data.

#### 3.7.1 Pengolahan Data

##### a. Uji Validitas

Menurut Olanipekun et al. (2022, p. 16) validitas didefinisikan sebagai sejauh mana instrumen mengukur apa yang dimaksudkan untuk mengukur dan melakukannya dengan bersih tanpa sengaja memasukan faktor-faktor lain.

Metode pengambilan keputusan dalam uji validitas dengan *Pearson Product Moment* adalah:

- 1) Berdasarkan signifikansi:
  - a) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka item dinyatakan tidak valid.
  - b) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka item dinyatakan valid.
- 2) Berdasarkan nilai korelasi:

Untuk pengambilan keputusan berdasarkan nilai korelasi, maka perlu dicari nilai  $r$  tabelnya.  $r$  tabel dapat dilihat dari tabel statistik dengan uji 2 sisi pada  $n = 30$  atau  $df = 30 - 2 = 28$ .

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

##### b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono dalam Monic Sesaria (2017: 130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Uji reliabilitas pada penelitian ini akan menggunakan *cronbach's alpha*. Nilai *cronbach's alpha* dikatakan reliable apabila koefisien variabelnya lebih dari 0,7.

### 3.7.2 Analisis Data

#### a. Analisis Deskriptif

##### 1) Perhitungan Nilai Rata-Rata (*Mean Score*)

Perhitungan rata-rata digunakan untuk mengetahui faktor utama konsumen membeli mie instant Lemonilo. Berikut ini rumus *mean*:

$$\bar{X} = \sum \frac{f_i \cdot x_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = skor rata-rata

$f_i$  = Frekuensi pemilihan nilai

$x_i$  = skor 1, 2, 3, 4, 5

$n$  = Jumlah frekuensi/responden

##### 2) Selang Kepercayaan $(1 - \alpha) \times 100\%$ untuk rata-rata

Selang Kepercayaan digunakan untuk mengetahui perkiraan rentang nilai yang mencakup nilai parameter populasi sebenarnya.

$$\bar{x} \pm z^* \frac{\sigma}{\sqrt{n}}$$

Keterangan :

$\bar{x}$  = rata-rata sample

$\sigma$  = Standard Deviasi populasi

$n$  = jumlah sample





**© 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.

$z^*$  = nilai distribusi  $-z$  yang di dapatkan dari tingkat kepercayaan tertentu

3) Rentang Nilai

Berikut ini adalah rumus rentang nilai :

$$R_s = (m-n) / b$$

Keterangan :

$R_s$  = rentang skala

$m$  = skala ukur terbesar

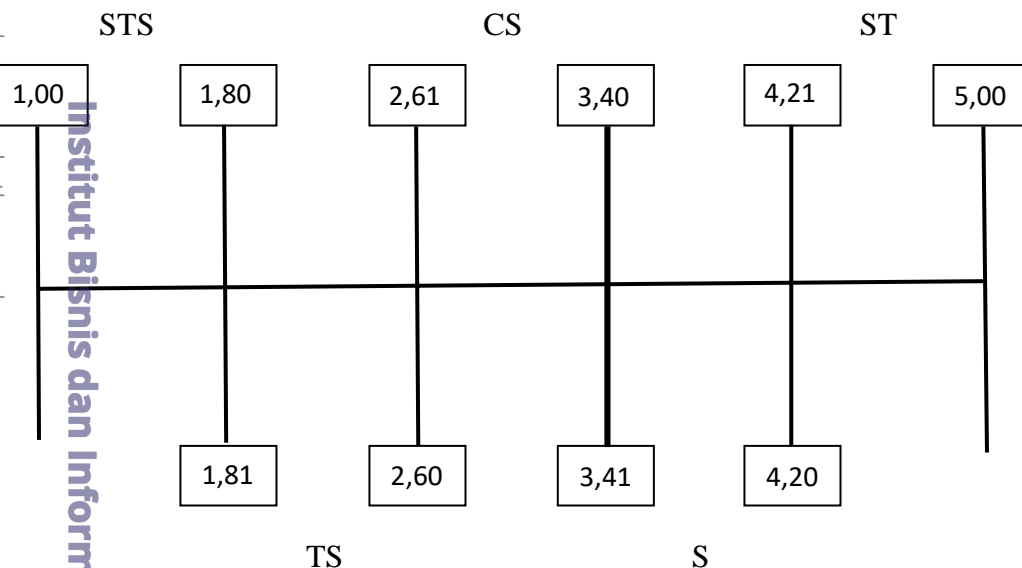
$n$  = skala ukur terkecil

$b$  = jumlah kelas atau kategori

Dengan rumus di atas, maka rentang skala yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$R_s = (5 - 4) / 5 = 0,80$$

Sehingga rentang nilai yang digunakan adalah sebagai berikut ;



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2,61 – 3,40 = Cukup Setuju (CS)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

### b. Analisis Regresi Ganda (Multiple Regression Analysis)

Analisis regresi ganda dapat dilakukan apabila terdapat dua atau lebih variabel bebas. Model regresi linier ganda yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

$\beta_0$  = Nilai Konstan

$\beta_1$  = Koefisien  $X_1$

$\beta_2$  = Koefisien  $X_2$

$X_1$  = Efektivitas Iklan

$X_2$  = Kredibilitas *Brand Ambassador*

e = Variabel gangguan (Error)

#### 1) Estimasi Persamaan Regresi

Persamaan regresi yang dihasilkan berupa taksiran (estimasi) dari hasil pengamatan. Oleh karena itu, biasanya akan digunakan simbol  $\hat{Y}$  (Y dengan topi) yang menunjukkan hasil taksiran tersebut dan Y (Y tanpa topi) sebagai hasil pengamatan populasi. Berikut ini rumus estimasi model persamaan regresi :

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

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.



$\hat{Y}$  = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

$\beta_0$  = Nilai konstan

$\beta$  = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan peningkatan atau penurunan nilai variabel Y yang didasarkan pada variabel X.

$X_1$  = Variabel efektivitas iklan yang memiliki nilai tertentu

$X_2$  = Variabel kredibilitas *brand ambassador* yang memiliki nilai tertentu.

## 2) Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat model regresi, apakah variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak dapat menggunakan analisis grafik dan analisis statistic. Dalam penelitian ini uji normalitas akan dilakukan dengan menggunakan statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut

-  $H_0$  : data residual berdistribusi normal.

-  $H_a$  : data residual tidak berdistribusi normal.

Dengan melihat sig ( $\alpha = 5\%$ ), maka dasar keputusannya adalah:

- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal

- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka nilai residual 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### b) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah metode uji Glejser yaitu dengan meregresikan absolut residual dan variable bebasnya.

- Jika nilai sig untuk setiap variable bebas  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- Jika nilai sig untuk setiap variable bebas  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas.

### c) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi yang kuat antar variable bebas, model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi korelasi yang kuat antar variable bebas. Pada penelitian ini, uji gangguan multikolinearitas menggunakan *variance inflation factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- VIF  $> 10$ , terjadi multikolinieritas
- VIF  $< 10$ , tidak terjadi multikolinieritas

### 3) Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan atau tidak, nilai F hitung dan signifikansi F akan

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.



diperoleh dari table ANOVA. Hipotesis statistik berikut digunakan dalam analisis:

- (1)  $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$
- (2)  $H_a$ : Paling sedikit ada satu  $\beta_i \neq 0$   $i = 1,2$

Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

- (1) Jika nilai Sig. F > 0.05 maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.
- (2) Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model layak untuk digunakan dalam penelitian.

#### 4) Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Penelitian ini, diuji menggunakan uji t dengan  $\alpha = 5\%$ .

Hipotesis dalam pengujian ini adalah:

Hipotesis 1:  $H_0: \beta_1 = 0$

$H_a: \beta_1 > 0$

Hipotesis 2:  $H_0: \beta_2 = 0$

$H_a: \beta_2 > 0$

Kriteria pengambilan keputusannya:

1. Jika sig (1-tailed) < (0,05), maka  $H_a$  diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara individual.

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.

2. Jika sig (1-tailed) > (0,05), maka  $H_a$  ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara individual.

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

**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.

