



BAB III

METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Objek Penelitian

Objek yang diteliti adalah produk *skincare* merek Somethinc. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *Google Forms* kepada subjek penelitian, yaitu konsumen yang berusia minimal 17 tahun yang mengenal merek Somethinc dan NCT sebagai duta merek Somethinc serta berdomisili di Jakarta.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:125), desain penelitian adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Rencana ini mencakup garis besar dari apa yang dilakukan investigator mulai dari penulisan hipotesis serta implikasi operasionalnya hingga ke analisis akhir data. Menurut Cooper dan Schindler (2014:126), diawal penelitian apapun, peneliti dihadapkan tugas untuk memilih desain spesifik yang digunakan:

1. Tingkat Perumusan Masalah

Studi penelitian dapat bersikap formal atau eksploratif. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode komunikasi. Peneliti mengajukan kuisisioner yang berisi sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada objek penelitian, yaitu konsumen Somethinc di Jakarta.

3. Pengendalian Variabel oleh Peneliti

Pengontrolan variabel berfungsi untuk mengetahui apakah peneliti memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel. Penelitian ini menggunakan *ex post facto study*, karena peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel, sehingga peneliti hanya melaporkan apa yang telah terjadi atau sedang terjadi.

4. Tujuan Berdasarkan Studi

Penelitian ini menggunakan penelitian sebab akibat atau penelitian kausal. Dalam penelitian kausal, penulis berusaha menjelaskan tentang hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis pengaruh duta merek dan citra merek terhadap niat beli.

5. Dimensi Waktu

Dimensi waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross-section*, yaitu pengumpulan data yang dilakukan hanya sekali dalam suatu periode tertentu. Pengumpulan data hanya akan dilakukan satu kali, yaitu pada saat penyebaran kuisisioner kepada para konsumen Somethinc.

6. Cakupan Topik pada Studi

Penelitian ini menggunakan penelitian statistik. Penelitian ini berusaha menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini menggunakan kondisi lingkungan aktual. Karena data-data didapatkan secara langsung di lapangan dengan menyebarkan kuisisioner, khususnya di Jakarta.

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.



8. Persepsi Peserta

Secara tidak langsung persepsi responden berpengaruh terhadap proses penelitian.

Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata sesuai dengan keadaan sebenarnya.

C Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu duta merek, citra merek dan niat beli. Berikut adalah pengukuran dari masing-masing variabel tersebut:

1. Duta Merek

Menurut Firmansyah (2019: 137), duta merek adalah seseorang yang mempunyai passion terhadap *brand* dan dapat mempengaruhi atau mengajak konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Berikut adalah operasionalisasi variabel duta merek menurut Royan dalam Kurniawan (2021).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Duta Merek

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Duta Merek (Royan dalam Kurniawan:2020)	<i>Visibility</i>	NCT adalah <i>boyband</i> populer yang dikenal oleh masyarakat	<i>Interval</i>
	<i>Credibility</i>	NCT dapat dipercaya untuk memberikan informasi mengenai produk Somethinc	<i>Interval</i>
	<i>Attraction</i>	NCT memiliki penampilan yang menarik	<i>Interval</i>
	<i>Power</i>	NCT mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka membeli produk Somethinc	<i>Interval</i>

2. Citra Merek

Menurut Keller dan Swaniathan (2020:76), citra merek adalah persepsi tentang suatu merek sebagaimana tercermin oleh asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen. Berikut adalah operasionalisasi variabel citra merek menurut Hoffler dan Keller dalam Kurniawan (2021).



Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Citra Merek (Hoffler dan Keller dalam Kurniawan:2021)	Kesan profesional	Somethinc memiliki kesan yang profesional di mata konsumen	<i>Interval</i>
	Kesan Modern	Somethinc memiliki produk yang terkesan modern di mata konsumen	<i>Interval</i>
	Melayani Semua Segmen	Somethinc dapat digunakan oleh kalangan remaja,dewasa maupun orang tua	<i>Interval</i>
	Perhatian Pada Konsumen	Somethinc memberikan perhatian pada keinginan dan kebutuhan konsumen	<i>Interval</i>

3. Niat beli

Menurut Simamora dalam Rebecca et al. (2022), niat beli adalah keinginan untuk membeli produk yang mencerminkan komitmen konsumen terhadap merek perusahaan. Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang mendukung semua input berupa informasi, membawa konsumen pada tahap ketika seseorang tertarik dengan produk tersebut, dan menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian. Berikut adalah operasionalisasi variabel niat beli menurut Suwandari dalam Kurniawan (2021).

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel Niat Beli

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
Niat Beli Ferdinand dalam Rebecca et al. (2022)	Niat Transaksional	Saya tertarik untuk membeli produk Somethinc	<i>Interval</i>
	Niat Referensial	Saya akan merekomendasikan produk Somethinc kepada teman dan orang lain	<i>Interval</i>
	Niat Preferensial	Saya memilih Somethinc sebagai pilihan utama produk <i>skincare</i> saya	<i>Interval</i>
	Niat Eksploratif	Saya mencari informasi produk Somethinc kepada orang yang sudah pernah membeli produk tersebut	<i>Interval</i>

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.



D. Teknik Pengambilan Sampel

Ⓒ Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017:84), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pendekatan yang digunakan adalah judgement sampling, yaitu pengambilan responden didasarkan pada kriteria atau pertimbangan tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berusia minimal 17 tahun.
2. Merupakan konsumen yang mengenal merek dan NCT sebagai duta merek Somethinc.
3. Berdomisili di wilayah Jakarta.

Hair et al. (2019:133) menyatakan bahwa sebaiknya ukuran sampel 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pernyataan yang akan dianalisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian ini terdapat 12 item pernyataan, maka jumlah sampel minimum yang dibutuhkan berdasarkan perhitungan adalah $12 \times 10 = 120$ responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau responden (Sekaran & Bougie, 2017:130). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui



Google Forms kepada responden. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan telah disusun sebelumnya dengan memberikan pilihan jawaban yang sudah dipersiapkan oleh peneliti. Kuesioner disusun menggunakan Skala Likert dengan lima tingkatan, yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *pearson product moment* sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi *Pearson Product-Moment*

n = ukuran sampel

X = skor pertanyaan

Y = skor total perkoreksi

Dalam melakukan uji validitas dan reliabilitas, peneliti melakukan penyebaran awal kepada 30 responden. Suatu item dianggap valid jika nilai *corrected item total correlation* memenuhi syarat $> r$ tabel (0,361).



b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Uji reliabilitas dapat menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan rumus berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right)$$

r_{11} = realibilitas instrument

K = Jumlah belahan tes

s_j^2 = Varian potongan ; j=1, 2, ..., k

s_x^2 = Varian skor tes

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Analisis Deskriptif

a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = frekuensi relatif ke-*i* setiap kategori

$\sum f_i$ = jumlah responden yang termasuk kategori-*i*

n = total responden

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. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut.

Mean dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata hitung (*mean*)

x_i = nilai sampel ke-*i*

n = jumlah sampel

c. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung skor rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

\bar{x} = skor rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi

x_i = bobot nilai

$\sum f_i$ = jumlah responden

d. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Oleh karena itu, perlu dihitung rumus rentang skala 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

Rs = rentang skala

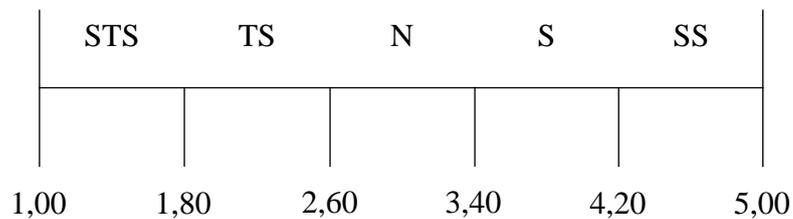
m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori

Skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$



Keterangan:

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

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

© 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.



3. Analisis Regresi Ganda

Menurut Ahmaddien dan Syarkani (2019:64), Analisis regresi berganda merupakan salah satu teknik analisis multivariat yang dapat mengukur hubungan lebih variabel independent dan satu variabel dependent dan juga digunakan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*). Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yaitu:

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

Keterangan :

\hat{Y} = Niat Beli

X_1 = Duta Merek

X_2 = Citra Merek

β_1 = Koefisien regresi variabel Duta Merek

β_2 = Koefisien regresi variabel Citra Merek

e = error

a. Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Menurut Imam Ghazali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa Uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan hipotesis sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka data residual berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data residual berdistribusi tidak normal.

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



(2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas berguna untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan apabila memiliki kesamaan varians dari residual satu dengan pengamatan yang lainnya, biasa disebut dengan homoskedastisitas. Peneliti menggunakan uji Glejser dalam melakukan uji heteroskedastisitas. Apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila nilai $\text{sig} < 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.

(3) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107), uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- (a) Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolinieritas.
- (b) Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau $VIF \geq 10$ maka terdapat multikolinieritas.

b. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah koefisien regresi berganda yang didapat dalam model bisa digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen (Y). Cara melihatnya adalah dengan membandingkan F hitung dan F tabel.



Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Selain itu dapat juga membandingkan nilai probabilitas signifikan. Apabila nilai probabilitas signifikan $> \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima.

c. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t berguna untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent. Penelitian ini, diuji menggunakan uji t dengan $\alpha = 5\%$. Pengambilan kesimpulan adalah dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung $< t_{tabel}$ maka terima H_0 dan H_1 ditolak, dan apabila t hitung $> t_{tabel}$ maka tolak H_0 dan terima H_1 . Selain itu, dapat dilihat pula dari probabilitas signifikan. Apabila probabilitas signifikan $> \alpha (0,05)$ maka terima H_0 .

d. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2018:97), Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi adalah antara 0 dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

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