

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sujarweni (2019:15) "Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran)". Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian survei, dimana penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Dalam penelitian survei digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu (Sujarweni, 2019:20). Pengambilan data dapat dilakukan melalui kuesioner dan dokumentasi.

3.2. Definisi Operasional Variabel

Menurut Andi dalam Sujarweni (2019:184) "Operasional variabel adalah mendefinisikan variabel secara operasional dan berdasarkan karakteristik yang diamati sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek penelitian". Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen (X) yaitu *brand ambassador* (X_1), *brand trust* (X_2) dan variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dioperasionalkan dengan definisi sebagai berikut :

Tabel 3
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel dan Definisi	Indikator	Skala	Keterangan
1.	<i>Brand Ambassador</i> adalah seseorang yang mempunyai <i>passion</i> terhadap <i>brand</i> dan dapat mempengaruhi atau mengajak konsumen untuk membelikan atau menggunakan suatu produk	1. Daya tarik; 2. Keahlian; 3. Kepercayaan; 4. Kekuatan.	Sangat Setuju Setuju Kurang setuju Tidak setuju	
2.	<i>Brand Trust</i> adalah sikap keyakinan konsumen bahwa suatu merek dapat melaksanakan janji dan menjalankan fungsinya sesuai pernyataan yang diutarakan.	1. Kepercayaan terhadap merek; 2. Keamanan suatu merek; 3. Kejujuran suatu merek.	Sangat Setuju Setuju Kurang setuju Tidak setuju	
3.	Keputusan Pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen dikarenakan adanya dorongan-dorongan atau motif-motif yang dirasakan, sehingga menimbulkan minat atau dorongan memenuhi kebutuhan.	1. Tujuan membeli sebuah produk; 2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilih merek; 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain; 4. Melakukan pembelian ulang.	Sangat Setuju Setuju Kurang setuju Tidak setuju	Indikator pemrosesan informasi untuk sampai kepemilihan merek tidak digunakan dalam penelitian ini dikarenakan peneliti tidak menjelaskan tentang tahapan dari produk yang akan diteliti.

Sumber : Data diolah, 2022

3.2.1. Skala Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2016:92) “Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut apabila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif”. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*.

Dalam skala pengukuran jenis ini, responden diminta untuk memberikan penilaian pada beberapa pertanyaan yang diukur dalam skala tertentu dalam kuisioner. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu diberi skor sebagai berikut :

1. Skor 4 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 3 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 2 untuk jawaban Kurang Setuju (KS)
4. Skor 1 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Wirantna dalam Sujarweni (2019:176) "Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya". Sedangkan menurut Sugiyono (2016:80) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya". Jadi kesimpulannya populasi adalah keseluruhan dari jumlah objek dan subjek yang memiliki karakteristik yang sudah ditentukan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Wardah yang ada di Kota Probolinggo yang jumlahnya tidak diketahui.

3.3.2. Sampel

Menurut Sujarweni (2020:81) "Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian". Menurut Purba dalam Sujarweni (2020:155), jika jumlah populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel minimal ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

$$n = Z^2/4(\text{Moe})^2$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = *Margin Of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat toleransi atau yang diinginkan

Dengan menggunakan *margin of error max* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar :

$$n = 1,96^2/4 (0,10)^2$$

$$n = 96,04 \text{ atau } 96 \text{ responden}$$

Hasil dari perhitungan sampel diatas maka diperoleh hasil sebanyak 96 responden, yaitu konsumen pengguna produk Wardah di Kota Probolinggo.

Teknik pengambilan *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yakni *sampling purposive*. Menurut Sujarweni (2019:108) "*Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel". Sedangkan *sampling purposive* menurut Sujarweni (2019:109) "*Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu". Adapun kriteria sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdomisili Kota Probolinggo;
2. Usia 20-50 tahun.

3.4. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto, 2014:172). Data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu data primer dan data skunder. Menurut Sujarweni (2019:114) "Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber". Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang dihasilkan dari pengisian kuesioner oleh

responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen produk Wardah yang mempunyai karakteristik yang sudah ditentukan oleh peneliti.

3.4.2. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data atau teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh peneliti untuk menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai dengan lingkup yang ditentukan oleh peneliti (Sujarweni, 2019:118). Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut :

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sebuah pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawab (Sujarweni, 2019:120).

b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain (Sugiyono, 2016 : 240).

Menurut Andi dalam Sujarweni (2019:187) "Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari atau

mengumpulkan catatan atau dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti".

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:147) "Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi".

3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu (Sujarweni, 2019:178). Item dinyatakan valid jika tingkat signifikan korelasi lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan sebesar 0,05 (Andari dan Sumiyarsih, 2021:45). Apabila nilai korelasi lebih kecil dari nilai taraf signifikan, maka pertanyaan tersebut dinilai tidak valid. Perhitungan tersebut akan dilakukan dengan bantuan komputer yaitu SPSS Statistic 22 untuk mengetahui nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan tabel *r product moment*.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ dan sebaliknya jika *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka instrumen tidak reliabel (Ghozali dalam Sujarweni, 2019:178).

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Sujarweni (2020:120) "Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam *statistic* parametrik, jika tidak berdistribusi normal dapat dipakai *statistic* non parametrik". Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Jika didapat nilai signifikan $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara *multivariate*.

b. Uji Multikolonieritas

Menurut Priyatno (2018:134) "Multikolonieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen". Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna di antara variabel

bebas. Metode uji multikolonieritas yang umum digunakan, yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolonieritas, yaitu mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation factor*) < 10 dan mempunyai angka *tolerance* $> 0,1$. Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Ghozali dalam Andari dan sumiyarsi, 2021:48).

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sujarweni (2020:226) " Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan di mana varian dan kesalahan pengguna tidak konstan untuk semua variabel bebas". Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode Uji Glejser yang dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel *independen* dengan nilai *absolut unstandardized* residual regresi sebagai variabel *dependent*. Apabila uji di atas level signifikan ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila level di bawah signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas (Sujarweni, 2020:226).

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk menegetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya (Sujarweni, 2020:225). Metode pengujian

menggunakan uji Durbin Watson (DW) dengan kriteria sebagai berikut (Nachrowi dan Usman dalam Sujarweni, 2020:226) :

- a. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b. Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

3.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Priyatno (2018:133) "Analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial dan simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen". Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan diolah menggunakan perangkat lunak SPSS. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b_1 = Koefisien *brand ambassador*

b_2 = Koefisien *brand trust*

X_1 = *brand ambassador*

X_2 = *brand trust*

3.5.4. Analisis Determinasi (R^2)

Menurut Sujarweni (2020:228) “Koefisien determinasi (*Good of fit*), yang dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi (R^2) mencerminkan variabel *dependen*”. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel *independen* terhadap variabel dependen nilai R^2 menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Perhitungan koefisien, determinasi dilakukan dengan program SPSS Statistic 22 dengan cara *Analyze – Regression-Linear*. Hasil akan diketahui dari *output Model Summary* pada kolom nilai *R Square*.

3.5.5. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Menurut Sujarweni (2020:161) “Uji t adalah pengujian koefisien regresif parsial individual yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y)”. Apabila nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis dapat diterima jika taraf signifikan (α) kurang dari 0,05 dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan (α) lebih dari 0,05.

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau

1. Jika $\rho < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $\rho > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji F

Menurut Sujarweni (2020:228) “Signifikansi regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikan (sig) dimana jika nilai sig dibawah 0,05 atau variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen”. Uji F-statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikatnya.

Perhitungan F_{hitung} dilakukan dengan bantuan komputer yakni menggunakan program SPSS Statistic 22 dengan cara *Analyze – Regression-Linear*. Hasil akan diketahui dari *output* ANOVVA pada kolom nilai F. Tingkat kepercayaan yang digunakan 95% atau taraf signifikasinya adalah 5% dengan kriteria antara lain :

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara bersama-sama dengan variabel terikat (Y).
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) secara bersama-sama dengan variabel terikat (Y).
3. Kriteria pengujian

Untuk mengetahui nilai F_{tabel} adalah dengan menentukan dk pembilang pada kolom dk penyebut pada baris terlebih dahulu, dk pembilang merupakan jumlah prediktor/variabel bebas yang digunakan, sedangkan untuk menentukan dk penyebut menggunakan rumus $(N-k-1)$, dimana N merupakan jumlah sampel, dan k merupakan jumlah prediktor. Setelah menentukan dk pembilang dan penyebut maka akan diperoleh nilai untuk probabilitas atau taraf nyata 5% (0,05) pada F_{tabel} .