

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Metodologi deskriptif digunakan dalam hubungannya dengan analisis kuantitatif dalam karya ini. Uji kuantitatif pengumpulan data dilakukan untuk populasi sampel tertentu yang tujuannya adalah untuk menyelidiki hipotesis sebelumnya dengan menggunakan instrumen dan data penelitian. Sementara format deskriptif berusaha menggambarkan dengan menggabungkan faktor-faktor dari berbagai situasi, peristiwa, atau yang terjadi dalam budaya dan menjadi bahan analisis sebagai akibat dari peristiwa tersebut, format naratif berusaha menggambarkan dengan menggabungkan faktor-faktor dari berbagai situasi, peristiwa, atau yang terjadi dalam budaya dan menjadi bahan analisis sebagai akibat dari peristiwa tersebut. Masalah yang terdefinisi dengan baik dan terstruktur dengan baik sangat penting dalam penelitian kuantitatif.. Pengaruh *influencer* dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian di Larissa akan diuji dalam penelitian ini.<sup>52</sup>

### B. Populasi dan Sampel

Para peneliti melakukan penyelidikan ini pada klien atau konsumen Larissa di Kudus. Penelitian ini berlangsung antara Agustus dan September 2021.

#### 1. Populasi

Dalam karyanya, Sugiyono menggambarkan populasi sebagai objek analisis, yang meliputi orang-orang dengan kualitas dan sifat (kelebihan dan kekurangan) yang akan diteliti dan kesimpulan yang terbentuk dari penelitiannya.<sup>53</sup> Pada penelitian tersebut, Populasinya adalah pelanggan Larissa yang berdomisili di Kudus, yang belum diketahui jumlah pastinya.

---

<sup>52</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 8.

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 80.

## 2. Sampel

Sampel adalah fitur yang memiliki gambaran luas populasi yang sama dengan populasi dan dengan demikian dapat mewakili populasi lain. Purposive sampling adalah teknik untuk menentukan sampel karena konsisten dengan tujuan penelitian atau mempertimbangkan kontribusi individu terhadap penelitian. Orang ini dipilih karena memiliki banyak informasi yang dapat berguna dalam penelitian.

Untuk mengetahui seberapa banyak sampelnya, berikut rumus dari Wibisono untuk menentukannya:

$$n = \frac{(Z \alpha/2\sigma)^2}{e} = \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} = 96,04$$

Penjelasan:

$n$  = banyaknya sampel

$Z$  = besarnya tingkat kepercayaan atau distribusi normalnya  $1,96 = 95\%$

$e$  = tingkat kesalahannya senilai  $5\%$

Penelitian ini memiliki tingkat kesalahan 5 persen poin dan tingkat akurasi 95 persen. Akibatnya, ukuran sampel yang diperlukan untuk perhitungan hampir 100 adalah sekitar 100. Karena kami mengamati daerah yang begitu luas di Indonesia, para peneliti memilih 100 orang dari Kudus, Jawa Tengah, untuk digunakan sebagai sampel untuk membuat penelitian lebih mudah.

## C. Identifikasi Variabel

Variabel adalah hal-hal yang peneliti memilih untuk mempekerjakan untuk mengumpulkan informasi dan menarik kesimpulan tentang suatu topik.<sup>54</sup>Berikut penjelasannya:

### 1. Variabel Independen

Variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel terikat dikenal sebagai variabel independen (bebas). Influencer (X1) dan brand ambassador adalah dua variabel ini (X2).

---

<sup>54</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 30.

2. Variabel Dependen

Variabel yang digunakan sebagai hasil dari variabel bebas mereka dikenal sebagai variabel dependen (terikat). Berikut adalah beberapa variabel yang perlu dipertimbangkan: keputusan pembelian adalah variabel dependen (Y).<sup>55</sup>

**D. Variabel Operasional**

**Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian**

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
Influencer (X1)	<i>Influencer</i> adalah fenomena yang relatif baru yang telah menyaksikan lonjakan signifikan dalam kemitraan dengan agen pemasaran.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kredibilitas</li> <li>2. Berfokus tolak ukur</li> <li>3. Menemukan perilaku vital</li> <li>4. Menyatukan enam sumber pengaruh</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Agar dapat membujuk pelanggan agar membeli produk atau jasa yang diiklankan.</li> <li>b. Para influencer memiliki gagasan yang sangat jelas tentang apa yang mereka capai dan mengukurnya dengan cermat.</li> <li>c. Para influencer berfokus pada perilaku berpengaruh tinggi yang dapat memberikan hasil.</li> <li>d. Lebih spesifik lagi mereka berfokus pada dua atau tiga tindakan vital yang menghasilkan perubahan terbesar.</li> <li>e. Para menyatukan motivasi pribadi, kemampuan pribadi, motivasi sosial, motivasi struktural dan</li> </ol>

<sup>55</sup>Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 53. <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

<p>Brand ambassad or (X2)</p>	<p><i>Brand Ambassador</i> adalah simbol budaya atau identitas yang berfungsi sebagai alat pemasaran untuk komodifikasi dan komersialisasi suatu produk.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Press coverage, brand ambassador</i></li> <li>2. <i>Changing perception s of the brand</i></li> <li>3. <i>Attracting new customers</i></li> <li>4. <i>Freshening up an existing campaign</i></li> </ol>	<p>kemampuan struktural.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. berperan dalam memberikan tekanan agar dapat membetuk citra sebuah meek dimata konsumen.</li> <li>b. Dapat megubah persepsi atas suatu brand.</li> <li>c. Dapat mendukung citra dan persepsi sebuah brand.</li> <li>d. Bagi seorang brand ambassador sangat berperan penting dalam menarik konsumen agar menggunakan produknya.</li> <li>e. Di perlukan dalam kesesuaian dalam memilih brand ambassador dengan target konsumen.</li> <li>f. Dengan adanya brand ambassador konsumen akan lebih mengingat kampanye perusahaan.</li> </ol>
<p>Keputusa n Pembelia n (Y)</p>	<p>Keputusan pembelian adalah aktivitas menyelesaikan masalah seseorang untuk menentukan pilihan yang paling sesuai dengan kebutuhan melalui tahapan pembelian hingga memutuskan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengenal permasalahan</li> <li>2. Mencari informasi</li> <li>3. Melakuka n evaluasi alternatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Barang/jasa yang ditawarkan memuaskan. rangsangan.</li> <li>b. Orang terdekat diminta untuk membantu dalam prosen pengumpulan informasi.</li> <li>c. Pengumpulan informasi secara aktif dari berbagai sumber.</li> <li>d. Mencari keuntungan tertentu.</li> </ol>

	membeli.	4. Keputusan pembelian	e. Berharap untuk kepuasan. f. Menemukan sebuah kepercayaan pada produk. g. Apakah akan membeli atau tidak.
--	----------	------------------------	---

**E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen**

**1. Uji Validitas**

**Table 3.2**  
**Uji Validitas Variabel *Influencer* (X1)**

No	Item	Signifikansi	r table	Hasil		Ket
				Sig.	r hitung	
1	X1.1	0,05	0,3610	0,000	0,523	Valid
2	X1.2	0,05	0,3610	0,000	0,689	Valid
3	X1.3	0,05	0,3610	0,000	0,581	Valid
4	X1.4	0,05	0,3610	0,000	0,632	Valid
5	X1.5	0,05	0,3610	0,000	0,727	Valid

Karena nilai r yang dihitung lebih besar dari tabel r, variabel influencer dapat diterima sebagai alat uji dan digunakan dalam pengujian. Menggunakan  $n - 2$ , besarnya df dapat dihitung, menghasilkan  $df = 28$  dengan alpha 0,05 dan tabel r 0,3610. Jika r lebih besar dari tabel r dan positif, komponen-komponen ini dianggap sah. Akibatnya, item atau pertanyaan yang terkait dengan variabel influencer adalah sah.

**Tabel 3.3**  
**Uji Validitas Variabel *Brand Ambassador* (X2)**

No	Item	Signifikansi	r tabel	Hasil		Ket
				Sig.	r hitung	
1	X2.1	0,05	0,3610	0,000	0,730	Valid
2	X2.2	0,05	0,3610	0,000	0,717	Valid
3	X2.3	0,05	0,3610	0,000	0,794	Valid
4	X2.4	0,05	0,3610	0,000	0,808	Valid

Karena nilai r yang dihitung lebih besar dari tabel r, variabel duta merek diakui sebagai alat uji dan dapat digunakan pada pengujian.  $n-2$  menentukan besarnya df, menghasilkan  $df = 28$  dengan  $\alpha 0,05$  dan tabel r 0,3610. Jika hitungan r lebih dari r tabel dan positif, komponen-komponen ini dianggap asli. Akibatnya, item variabel atau pertanyaan untuk brand ambassador adalah valid.

**Tabel 3.4**  
**Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian**

No	Item	Signifikansi	r tabel	Hasil		Ket
				Sig.	r hitung	
1	Y1	0,05	0,3610	0,000	0,611	Valid
2	Y2	0,05	0,3610	0,000	0,551	Valid
3	Y3	0,05	0,3610	0,000	0,780	Valid
4	Y4	0,05	0,3610	0,000	0,639	Valid
5	Y5	0,05	0,3610	0,000	0,810	Valid

Karena nilai r yang dihitung lebih besar dari tabel r, variabel keputusan pembelian diakui sebagai alat uji dan dapat digunakan dalam pengujian. Besarnya df dapat ditentukan dari  $n - 2$ , oleh karena itu  $df = 28$  dengan  $\alpha 0,05$  menghasilkan tabel r 0,3610. Jika hitungan r lebih dari tabel r dan positif,

elemen-elemen ini valid. Akibatnya, keputusan pembelian bernilai valid.

## 2. Uji Reliabilitas

**Table 3.5**  
**Uji Reliabilitas**

No	Indikator Variabel	Nilai r Alpha	Keterangan
1	<i>Influencer</i>	0,659	Reliabel/Diterima
2	<i>Brand Ambassador</i>	0,763	Reliabel/Diterima
3	Keputusan Pembelian	0,713	Reliabel/Diterima

Berdasarkan tabel berikut, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel *influencer* (X1), *Brand Ambassador* (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) lebih besar dari 0,6, hal ini dapat digunakan dalam penelitian sehingga dapat disimpulkan data telah reliable yang berarti bahwa kuesioner.

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Metode Angket (Kuesioner)

Kuesioner adalah cara mengumpulkan data di mana responden diminta untuk bereaksi dengan komentar atau pertanyaan. Pengumpulan data dapat dilakukan melalui Whatsapp, Goggle, Form, atau interaksi tatap muka langsung dengan responden secara alami maupun berkelompok. Untuk membatasi kontak dengan orang lain selama pandemi, penelitian ini menggunakan Google Forms untuk menyebarkan kuesioner.<sup>56</sup>

Pada penelitian ini disusun pertanyaan dan pernyataan dengan tanggapan berbentuk skala likert. Skala tersebut menunjukkan tingkat persetujuan responden, poin-poin tersebut tercantum di bawah ini:

**Table 3.6**  
**Skala Likert**

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	5

<sup>56</sup>Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2021),  
52.[https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi\\_Penelitian\\_Kuantitatif/wY8fEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/wY8fEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)

2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

## 2. Metode Observasi

Observasi adalah strategi pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan berbagai jenis fakta dan informasi. Membuat catatan dan menyaksikan peristiwa yang terjadi dalam objek penelitian merupakan tindakan pengamatan.<sup>57</sup>

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Tes validitas adalah prosedur untuk menentukan apakah data pada instrumen penelitian valid atau tidak. Tes ini dilakukan untuk menentukan apakah alat ukur yang digunakan akurat atau tidak. Setiap jawaban dapat diuji dengan menghitung skor korelasi dan membandingkannya dengan skor total. Penguji ini dapat menentukan tingkat signifikansi dengan membandingkan tabel  $r$  dan hitungan  $r$  menggunakan nilai  $df = n - k$ . Jumlah total sampel adalah  $n$ , sedangkan jumlah total struktur adalah  $k$ .<sup>58</sup>

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah alat untuk menentukan seberapa tangguh atau andal satu set instrumen dalam pengumpulan data. Jika ujian ini diulang dalam kondisi yang sama dan dengan mata pelajaran yang sama, jawabannya akan konsisten. Konsistensi suatu instrumen atau alat

---

<sup>57</sup>Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*,  
53. [https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi\\_Penelitian\\_Kuantitatif/wY8fEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/wY8fEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)

<sup>58</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media kom, 2010), 90.



ukur ketika digunakan pada waktu dan tempat yang sama disebut reliabilitas. Validitas data yang telah dievaluasi untuk keandalan juga telah diuji dan dinyatakan valid.<sup>59</sup>Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, yang konsisten dengan penggunaan skala likert sebagai pilihan jawaban.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Untuk mengevaluasi apakah suatu nilai residual berdistribusi teratur atau tidak, digunakan dengan uji normalitas dengan menggunakan model regresi pengetahuan. Jika nilai residual terdistribusi secara teratur, regresi memuaskan. Distribusi data dalam grafik regresi p-plot tipikal digunakan untuk melakukan pengujian ini.<sup>60</sup>

### b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel memiliki hubungan linier yang sempurna atau hampir sempurna. Seharusnya tidak ada koneksi yang sempurna atau sesuatu yang dekat dengannya dalam regresi yang baik. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan  $r^2$  dengan nilai  $R^2$ , dan dapat dilakukan dengan menggunakan hasil nilai *inflation factor* (VIF) dan *tolerance* dalam model regresi.<sup>61</sup>

<sup>59</sup>Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data penelitian*, 57-58. [https://www.google.co.id/books/edition/Analisis\\_Data\\_Penelitian\\_Teori\\_Aplikasi/qrkREAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Data_Penelitian_Teori_Aplikasi/qrkREAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)

<sup>60</sup>Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo: CV Wade Group dan UNMUH Ponorogo Press, 2016), 108-109. [https://books.google.co.id/books?id=MQCGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_vpt\\_read#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=MQCGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_vpt_read#v=onepage&q&f=false)

<sup>61</sup>Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data penelitian*, 116. [https://www.google.co.id/books/edition/Analisis\\_Data\\_Penelitian\\_Teori\\_Aplikasi/qrkREAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Data_Penelitian_Teori_Aplikasi/qrkREAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)

### c. Uji Heteroskedastisitas

Variabel-variabel yang berbeda satu sama lain ditentukan dengan menggunakan metode heteroskedastisitas. Jika hasil pengamatan variabelnya sama maka masuk dalam kategori homoskedastisitas, atau yang biasa disebut dengan model regresi layak. Sebuah plot pencar dapat digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas dengan memplot ZPRED atau nilai yang diantisipasi dengan nilai sisa (SRESID). Tanpa model yang kuat, jika tidak ada pola yang muncul pada grafik, maka pola akan menyempit dan melebar, atau menggumpal di tengah, sehingga tidak ada pola.<sup>62</sup>

## 3. Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi Berganda

Tujuan dari penyelidikan ini adalah untuk belajar tentang hipotesis sebelumnya. Dalam hal format persamaan regresi, mereka adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

- a : Konstanta
- Y : Keputusan Pembelian
- $b_1, b_2$  : Koefisien regresi
- $X_1$  : Influencer
- $X_2$  : Brand Ambassador
- e : Standar error

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

Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan kapasitas model untuk menjelaskan variabel dependen. Koefisien penentuan adalah angka yang berkisar dari 0 hingga 1. Perolehan nilai di dekatnya menggambarkan bagaimana variabel bebas hampir dapat memberikan

---

<sup>62</sup>Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 122. <https://books.google.co.id/books?id=A6fRDwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>

informasi dari semua variabel terikat. Nilai R<sup>2</sup> yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen praktis dapat memberikan informasi dari semua variabel dependen, namun variabel bebas memiliki efek sederhana.<sup>63</sup>

**c. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji Statistik f)**

Uji ini akan menilai apakah semua faktor independen memiliki dampak yang sama pada variabel dependen. Tes ini dilakukan dengan membandingkan nilai tabel f dengan nilai f compute, asalkan memenuhi kriteria berikut:

- 1) H<sub>0</sub> ditolak apabila nilai f hitung > f tabel.
- 2) H<sub>0</sub> diterima apabila nilai f hitung < f tabel.<sup>64</sup>

**d. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji Statistik t)**

Tes ini mencoba mempengaruhi ukuran karakteristik yang diinginkan secara individu atau dalam kombinasi. Hasil tes ini dapat ditentukan dengan membandingkan nilai tabel t dengan perkiraan t, sebagai berikut:

- 1) H<sub>0</sub> diterima apabila nilai t hitung > t tabel.
- 2) H<sub>0</sub> ditolak apabila nilai t hitung < t tabel.<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, 43.

<sup>64</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: BPUndip, 2016), 8.

<sup>65</sup>Masrukin, *Statistik Inferensial*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2008), 266.