

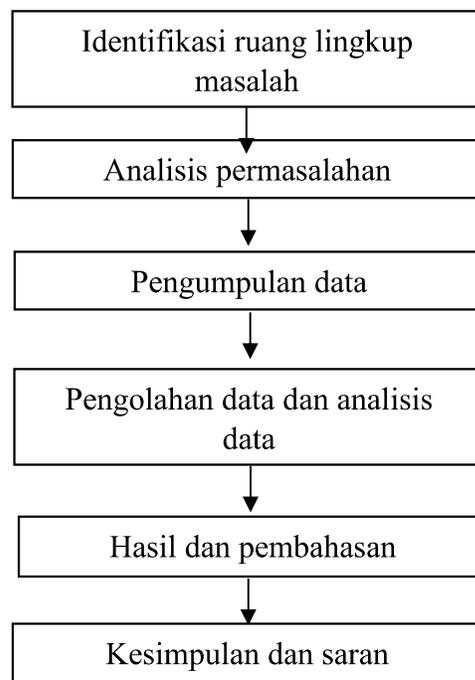
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini disusun dengan tahapan awal berupa identifikasi ruang lingkup permasalahan yang ada, kemudian dilanjutkan dengan analisis permasalahan melalui perumusan masalah. Selanjutnya, dilakukan pengumpulan, pengolahan, serta analisis data. Tahap berikutnya mencakup penyusunan hasil penelitian, pembahasan, kesimpulan, dan rekomendasi. Berikut ini merupakan diagram yang menggambarkan desain penelitian ini.

Diagram 3. 1 Desain penelitian



Sumber: Penulis, 2024

3.2 Konseptual Variabel

Berdasarkan pembahasan pada Bab I, penelitian ini mencakup empat variabel, yakni tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini, setiap variabel dikembangkan berdasarkan teori yang relevan sehingga dapat dirumuskan sebagai definisi konseptual. Definisi konseptual tersebut kemudian dirangkum menjadi pengertian operasional guna memperoleh indikator yang dapat digunakan pada penelitian ini.

Proses penurunan definisi konseptual agar menjadi kuesioner pada bentuk tabulasi dikenal sebagai kisi-kisi instrumen penelitian. Berikut ini merupakan definisi-operasional dari variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini.:

Tabel 3. 1 Konseptual Variabel

No.	Variabel	Definisi Konseptual
1	<i>Brand Ambassador</i>	Seorang yang mempromosikan merek produk harus memiliki image yang baik dan dikenal oleh masyarakat serta memikirkan cara meningkatkan penjualan perusahaan. (Sukmawati & Fitriyah, 2021, pg. 9)
2	Brand Image	Berkenaan dengan persepsi konsumen terhadap sebuah merek. (Tjiptono, 2020, pg. 174)

3	Brand Awareness	Kemampuan calon pembeli atau konsumen untuk mengenali maupun mengingat sebuah merek. (Firmansyah, 2019, pg. 44)
4	Keputusan Pembelian	Suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan (Zusrony, 2019, pg. 35)

Sumber: Penulis, 2024

3.3 Pengukuran Variabel

Variabel diuji menggunakan skala interval, yaitu rentang nilai dari satu hingga lima, di mana setiap tingkat skala dapat diinterpretasikan berdasarkan skor sebagai berikut.:

Tabel 3. 2 Skor Pengukuran Variabel

No.	Skor	Keterangan
1	5	Sangat Setuju
2	4	Setuju
3	3	Kurang Setuju
4	2	Tidak Setuju
5	1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Penulis, 2024

Adapun indikator dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Indikator Variabel

Variabel	Pernyataan
<i>Brand Ambassador (X1)</i>	<p>Kepercayaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya membeli produk skintific karena mempercayai brand ambasadornya 2. Saya memercayai produk skintific karena brand ambasadornya <p>Daya Tarik:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Brand Ambassador</i> memiliki popularitas yang tinggi sebagai brand ambassador Skintific 2. Nicholas Saputra sebagai brand ambassador Skintific mampu mengajak followers menggunakan skintific 3. Nicholas Saputra sebagai brand ambassador Skintific memiliki tampilan fisik yang menarik
Brand Image (X2)	<p>Citra Pemakai:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Skintific dianggap mampu memenuhi kebutuhan masyarakat di bidang kecantikan

	<p>2. Varian produk skintific sesuai dengan kebutuhan</p> <p>Citra Produk:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk skintific mudah didapatkan 2. Produk dari Skintific mudah dipastikan keasliannya 3. Desain packing skintific memberikan kenyamanan bagi konsumen 4. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk
Brand Awareness (X3)	<p>Brand Recognition:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengetahui slogan dan logo Skincare skintific 2. Produk Skintific lebih familiar dari merek-merek lain <p>Top of Mind:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengingat Skintific saat melihat brand ambassador (nicholas saputra) 2. Saya teringat merek Skintific ketika melihat skincare

	<p>3. Skintific menjadi alternatif pilihan saat memilih produk Skincare dibanding dengan yang lain</p> <p>4. Ketika ingin melakukan pembelian skincare, skintific menjadi yang pertama kali muncul di pikiran saya</p>
Keputusan Pembelian (Y)	<p>Identifikasi Kebutuhan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya membutuhkan skintific untuk kebutuhan perawatan wajah 2. Kebutuhan saya terhadap skintific sangat tinggi <p>Tindakan Pembelian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memutuskan membeli produk Skintific karena produknya sudah terjamin kualitasnya 2. Saya memilih produk Skintific karena memiliki manfaat yang lebih unggul dibandingkan dengan produk pesaing <p>Evaluasi Purnabeli:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya akan menyarankan keluarga dan teman saya untuk membeli produk skintific

	<p>2. Saya berencana untuk membeli kembali produk Skintific di masa mendatang</p> <p>3. Pembelian produk Skintific dapat dilakukan dengan offline maupun online</p>
--	---

Sumber: Penulis, 2024

3.4 Lokasi dan Periode Penelitian

3.4.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Batam. Penelitian ini ditunjukkan kepada semua konsumen Skintific yang berada di Kota Batam.

3.4.2 Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 7 bulan, yakni Juli 2024 sampai Januari 2025.

Tabel 3. 4 Periode Penelitian

No.	Tahapan Penelitian	2024						2025
		Juli	Agst	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
1	Menemukan penelitian terdahulu							
2	merumuskan dan mengidentifikasi masalah							
3	Survey literatur							
4	Penyusun proposal							
5	Seminar proosal							
6	Pengumpulan data dan analisis representasi							
7	Pengujian dan penyusunan hasil analisis							
8	Laporan penelitian tesis							

Sumber: Penulis, 2024

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau.

3.5.2 Sampel

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan probability Sampling dengan teknik Cluster Sampling (Area Sampling) dengan menggunakan rumus penentuan sampel populasi yang tidak diketahui jumlahnya sebagai berikut (Cochran, 1963, pg. 75):

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,95

p = Peluang benar 95% = 0,95

q = Peluang salah 5% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (Sampling error), biasanya 5%

$$n = \frac{(1,95)^2(0.5)(0.5)}{(0.5)^2} = 385$$

Rumus 3.1 Cochran

Perhitungan sampel menggunakan rumus 3.1 sehingga di dapat jumlah sampel sebanyak 385 orang.

3.6 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dicari dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode survei seperti interview, observasi dan kuesioner yang diberikan menggunakan google form kepada responden dan disertai dengan pernyataan tertulis untuk membantu pengambilan keputusan.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan mencari, mempelajari, dan menganalisis buku-buku relevan dengan masalah yang akan diteliti. Penelitian ini

bertujuan untuk mengumpulkan data dan teori dasar sebanyak mungkin yang dapat digunakan sebagai acuan dalam membahas permasalahan..

3.6.2 Alat Pengumpulan Data

Pada penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan sarana pengumpulan data google form karena adanya kemudahan akses, efisiensi waktu dan biaya, mudah dipantau dan dikelola dan jangkauan yang lebih luas mengingat peneliti memiliki populasi masyarakat Kepulauan Riau. Adapun alasan peneliti mengambil populasi masyarakat Kepulauan Riau yaitu peneliti ingin mengetahui perilaku konsumen yang masih dianggap satu daerah. Hasil analisis dilakukan dengan menggunakan data yang ada untuk menghasilkan kesimpulan yang representatif serta kuesioner yang telah diisi dan diolah menggunakan program SPSS.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran data sebagaimana adanya, berdasarkan hasil pengumpulan data menggunakan berbagai alat penelitian, tanpa perlu melakukan uji hipotesis.

3.7.2 Uji Kualitas Data

3.7.2.1 Uji Validitas Data

Salah satu cara menguji validitas adalah dengan menganalisis hubungan antara skor masing-masing indikator dengan skor total indikator. Dalam analisis statistik, uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung $\geq r$ tabel, maka pernyataan dalam penelitian ini dianggap valid, yang berarti indikator tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur variabel penelitian.
2. Jika nilai r hitung $\leq r$ tabel, maka pernyataan dalam penelitian ini dianggap tidak valid, sehingga indikator tersebut tidak dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Untuk uji dua arah, nilai r tabel dapat diperoleh dari ($df-2$), dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05.

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan sebuah kuesioner diukur berdasarkan konsistensi atau kestabilan tanggapan responden seiring berjalannya waktu. Tujuan uji reliabilitas ini untuk mengukur sejauh mana tingkat kepercayaan minimum agar bisa diberikan pada keandalan jawaban yang diterima. Reliabilitas diuji dengan nilai-nilai sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60, maka respons dalam kuesioner dianggap stabil dan konsisten.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,60, maka respons dalam kuesioner dianggap tidak reliabel atau kurang stabil.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1 Uji Normalitas

Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal, yang dapat diperiksa melalui grafik probabilitas normal dengan membandingkan distribusi kumulatif data dengan distribusi normal. Pada distribusi normal, akan terbentuk garis

diagonal lurus, dan data residual akan dibandingkan dengan garis tersebut. Uji normalitas dilakukan menggunakan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Beberapa kriteria dalam menentukan normalitas berdasarkan Normal P-P Plot adalah sebagai berikut:

1. Jika data atau titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, maka data dianggap berdistribusi normal.
2. Sebaliknya, jika data menyimpang jauh dari garis diagonal, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

3.7.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas dilakukan karena pada analisis regresi, terdapat asumsi yang menyebutkan bahwa variabel independen seharusnya tidak memiliki korelasi yang tinggi. satu sama lain, agar tidak memengaruhi validitas nilai uji t. Langkah untuk menentukan ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan memeriksa nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Dengan asumsi sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF sama dengan lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$), dan
2. Jika nilai tolerance sama dengan lebih besar dari 0,10 (nilai tolerance $> 0,10$), tidak terjadi multikolinearitas.

3.7.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji statistik umumnya dilakukan untuk mengevaluasi adanya hubungan antara residual dengan variabel independen serta mengidentifikasi perbedaan di antara keduanya. Menurut Ghazali (2016), model regresi yang baik dan benar harus bebas

dari heteroskedastisitas. Salah satu metode untuk mengujinya adalah dengan menggunakan uji Gledjer. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai sig $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.
2. Jika nilai sig $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.7.4 Uji Pengaruh

3.7.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, peneliti menerapkan analisis jalur, yang merupakan pengembangan dari regresi linear berganda, guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Metode ini tidak hanya mengukur sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen, tetapi juga menjelaskan mekanisme dari pengaruh tersebut.

3.7.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi diuji dengan memeriksa nilai R^2 (koefisien determinasi), yang memiliki rentang antara 0 hingga 1. Semakin mendekati nilai R^2 ke 1, semakin baik variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. (Ghozali, 2018).

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji t (Regresi Parsial)

Uji hipotesis ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Antara lain , berikut beberapa asumsi yang dapat dipaparkan:

H₀ : Variabel independen tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara terpisah terhadap variabel dependen.

H_a : Variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan secara terpisah terhadap variabel dependen.

Uji yang dilakukan ini dengan kriteria H₀ diterima jika nilai thitung lebih kecil dari t tabel, dan H_a dapat diterima jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Selain itu, Uji ini juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai ambang batas signifikansi variabel sebesar 0,05. di mana H₀ diterima jika nilai thitung lebih besar dari 0,05, dan H_a diterima jika nilai thitung lebih kecil dari 0,05.

3.7.5.2 Uji F (Simultan)

Uji statistik F bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana model regresi sampel dapat memprediksi nilai yang sebenarnya. Model regresi dianggap efektif dalam memprediksi variabel independen jika nilai signifikansi F kurang dari 0,05. Selain itu, uji F digunakan untuk dapat menilai apakah semua variabel independen dalam model secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Jika nilai signifikansi F kurang dari 0,05, maka hipotesis alternatif diterima, yang menandakan bahwa semua variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Ini merupakan standar

dalam pengujian hipotesis menggunakan statistik F. Jika nilai F hitung lebih besar atau sama dengan F tabel, berarti ada pengaruh kuat antara variabel independen dan dependen, sedangkan jika nilai F hitung lebih kecil dari F tabel, pengaruh antara keduanya lebih lemah.