

BAB III

Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif adalah mendeskripsikan atau menganalisis data, Metode deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang menggambarkan suatu fenomena atau karakteristik secara sistematis dan faktual menggunakan data angka. Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang akurat dan detail tentang suatu kondisi tanpa melakukan manipulasi variabel atau menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan strategi ikhtisar. Penelitian teknik ikhtisar adalah penelitian tentang populasi besar atau kecil dengan berfokus pada tes informasi dari populasi tersebut (Marcella et al., 2023).

Tujuannya adalah untuk menyajikan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner yang akan diperoleh, kemudian pada penelitian ini melakukan olah data dengan menggunakan Aplikasi *Statistical Program for Social Science* atau yang disebut SPSS.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat replika, di mana di dalam penelitian ini mengadopsi variabel, indikator, objek, dan alat analisis nya. Namun, dalam penelitian ini tempat penelitian dan sampel nya diubah, serta jumlah sampel juga diubah mengikuti kebutuhan peneliti.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.4.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian untuk mengambil data dari responden dilakukan oleh *followers* dari *base* twitter @nctzenbase dan @NCTDreamINA yang pernah menyaksikan iklan mie Lemonilo yang dibintangi oleh NCT DREAM dan sudah mengetahui serta sudah pernah membeli mie Lemonilo, untuk menganalisis jawaban dari responden mengenai pengaruh *Brand Ambassador* NCT Dream terhadap Minat beli dan keputusan pembelian mie Lemonilo.

3.4.2 Periode Penelitian

Periode penelitian ini dilakukan selama dua semester. Terhitung dari bulan Agustus 2024 hingga April tahun 2025. Berikut jadwal penelitian yang telah dikumpulkan:

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Bulan									
	Agus 2024	Sep 2024	Okt 2024	Nov 2024	Des 2024	Jan 2025	Feb 2025	Apr 2025	Mei 2025	Jun 2025
Pengajuan Judul & Sempro										
BAB 1										
BAB 2										
BAB 3										
Penyebaran Kuesioner										
Olah Data										
Bab 4 & 5										

Sumber : Peneliti

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Dalam populasi merupakan gambaran sejumlah informasi data yang diperlukan oleh peneliti, yang berisikan berbagai kemungkinan dari semua orang, benda, ataupun wujud ukuran lain yang dijadikan sampel untuk di teliti oleh peneliti. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sejumlah populasi. Populasi ini keseluruhannya diambil dari pengikut *base* twitter @nctzenbase dan @NCTDreamINA yang pernah menyaksikan iklan mie Lemonilo yang dibintangi oleh NCT DREAM dan sudah mengetahui serta sudah pernah membeli mie Lemonilo.

Jumlah populasinya sendiri adalah jumlah pengikut dari 2 akun *base* Twitter tersebut, yaitu @nctzenbase sebanyak 929.110 dan @NCTDreamINA sebanyak 518.486 pengikut. Sehingga total pengikut dari kedua akun ini adalah 1.447.596 pengikut dan total pengikutnya adalah jumlah populasi dalam penelitian ini.

3.4.2 Sampel

Seseorang yang melakukan penelitian sangat jarang menggunakan seluruh populasi untuk dijadikan sampel sebagai responden nantinya. Terutama pada populasi yang besar, Sebagian besar peneliti hanya akan menggunakan Sebagian kecil populasi untuk digunakan sebagai sampel penelitian-Nya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel dari pengikut *base* Twitter @nctzenbase dan @NCTDreamINA yang pernah menyaksikan iklan mie Lemonilo yang dibintangi oleh NCT DREAM dan sudah mengetahui serta sudah pernah membeli mie Lemonilo.

Peneliti memilah sampel menggunakan Teknik *non-probability* sampling, yaitu pengambilan sampling tidak secara acak. Peneliti memilih hanya pengikut *base* Twitter @nctzenbase dan @NCTDreamINA yang pernah menyaksikan iklan mie Lemonilo yang dibintangi oleh NCT DREAM dan sudah mengetahui serta sudah pernah membeli mie Lemonilo saja yang diambil untuk menjadi sampel dan menjadi responden di dalam penelitian ini.

3.4.3 Teknik Penentuan Jumlah Sampel

Untuk menentukan berapa jumlah sampel yang akan diambil dari populasi yang ada, penulis menggunakan rumus Slovin untuk menentukan berapa banyak sampel yang akan menjadi target responden kuesioner penelitian ini, berikut adalah rumus dan hasilnya:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Sumber : Buku Statistika Terapan – Tri Cahyono

Keterangan :

n = Jumlah Responden

N = Ukuran Populasi (Jumlah Total Individu dalam populasi)

e^2 = Tingkat Kesalahan (*Margin of Error*)

Diketahui:

$n = ?$

$N = 929.110 + 518.486 = 1.447.596$

$e^2 = 0,10 / 10\%$

Penentuan Responden

$$n = \frac{N}{1+N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{1.447.596}{1+1.447.596 \cdot 0,10^2}$$

$$n = \frac{1.447.596}{14.476,96}$$

$$n = 99,9 \sim 100 \text{ sampel}$$

sehingga di temukan bahwa jumlah sampel dari populasi dibulatkan menjadi 100 responden

3.5 Sumber Data

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk memperoleh informasi. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data secara primer, yaitu peneliti mengambil data secara langsung dari populasi yang di jadikan sampel. Untuk mendapatkan informasi tersebut peneliti menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada populasi. Penilaian yang diterapkan pada kuesioner tersebut menggunakan sistem skala *likert*, yaitu :

Tabel 3.2 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2017, p. 94)

3.6 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan hasil penelitian, peneliti menggunakan kuesioner sebagai metode untuk mengumpulkan data secara langsung dari populasi yang di jadikan sampel. Di dalam kuesioner tersebut peneliti menjabarkan beberapa pernyataan dan pertanyaan kemudian populasi akan menjawab kuesioner tersebut secara spontan dan bersifat fakta. Sehingga informasi yang didapat oleh peneliti akan dikumpulkan dan diubah menjadi data lalu diolah menjadi hasil data.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memasukkan 4 variabel, yaitu 3 variabel X (variabel bebas atau independen) sebagai yang mempengaruhi yaitu X1 adalah *Brand Ambasssador*, X2 adalah *Brand Image* dan X3 adalah *Brand Awarreness* serta 1 variabel Y (variabel dependen atau terikat) sebagai variabel yang di pengaruhi yaitu keputusan pembelian.

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Brand Ambassador (X1)	Persepsi konsumen terhadap individu atau figur publik yang digunakan sebagai perwakilan atau wajah suatu merek.	1. Kredibilitas (<i>Credibility</i>), 2. Popularitas (<i>Popularity</i>), 3. Keselarasan (<i>Match-up</i>), 4. Relevansi dengan merek (<i>Brand relevance</i>), 5. Keahlian dalam produk (<i>Product expertise</i>)	<i>Likert</i>

		6. Kesesuaian nilai dengan audiens (<i>Value congruence</i>)	
Brand Image (X2)	Persepsi konsumen terhadap citra atau kesan yang ditanamkan oleh suatu merek di benak konsumen.	1. Kekuatan (<i>Strength</i>) 2. Keunikan (<i>Uniqueness</i>) 3. Kemudahan Diingat (<i>Favorability</i>) 4. Pengenalan (<i>Recognition</i>) 5. Reputasi (<i>Reputation</i>) 6. Daya Tarik (<i>Affinity</i>)	<i>Likert</i>
Brand Awareness (X3)	Kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat suatu merek sebagai bagian dari kategori produk tertentu.	1. <i>Brand Recall</i> (Pengingatan Merek) 2. <i>Brand Recognition</i> (Pengenalan Merek) 3. <i>Purchase</i> (Pembelian) 4. <i>Consumption</i> (Konsumsi)	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Proses dan pertimbangan yang dilakukan konsumen dalam memilih dan membeli produk atau jasa tertentu.	1. Kemantapan pada Produk 2. Kebiasaan Membeli 3. Relevansi dengan Kebutuhan 4. Pilihan Merek dan Manfaat Produk.	<i>Likert</i>

Sumber : peneliti Terdahulu

3.8 Metode Analisis

3.8.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis yang peneliti gunakan mengikuti peneliti terdahulu, yaitu analisis statistik deskriptif. Tujuan dari metode analisis ini adalah untuk memberikan gambaran dari data yang diberikan oleh responden yang telah dikumpulkan dan memberikan skor rata-rata masing-masing variabel.

Dalam penelitian ini, metode analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data penelitian, baik terkait dengan karakteristik responden maupun persepsi mereka terhadap variabel-variabel penelitian. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), untuk mempermudah pengolahan dan interpretasi data. Berikut adalah rumus untuk menentukan rentang skala:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \textbf{Rumus 3.2 Rentang Skala}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah substitusi respon tiap poin

RS = Rentang skala

Berikut rumus rentang skala di aplikasikan pada hasil responden berjumlah 100 responden serta nilai substitusi yang tidak sama sebesar 5:

$$RS = \frac{100 (5-1)}{5} = \frac{100 (4)}{5} = 80$$

Dari hasil perhitungan rumus 3.2 ditemukan hasil sebesar 80. Sehingga skala penelitian akan diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 3.4 Tabel Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kategori
1	100 – 180	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	181- 260	Tidak Setuju (TS)
3	261 – 340	Netral (N)
4	341 – 420	Setuju (S)
5	421 – 500	Sangat Setuju (SS)

Sumber : Peneliti (2025)

3.8.2 Uji Kualitas Data

Uji Kualitas Data adalah proses untuk mengevaluasi data kuesioner dengan dua aspek utama, yaitu validitas dan reliabilitas.

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses pengujian untuk memastikan bahwa alat ukur (kuesioner, tes, atau instrumen penelitian) mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dengan benar dan akurat. Dalam penelitian kuantitatif, validitas sangat penting untuk menjamin keabsahan data, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Validitas menunjukkan tingkat ketepatan atau kesesuaian antara hasil pengukuran dengan konsep atau variabel yang ingin diukur. Jika suatu instrumen memiliki validitas yang tinggi, maka data yang

dihasilkan akan benar-benar merepresentasikan fenomena atau variabel yang sedang diteliti.

Untuk menemukan hasil penelitian dari pengujian ini digunakan rumus Pearson yakni:

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

Rumus 3.3 Uji Validitas

Keterangan :

r = koefisien korelasi

N = jumlah sampel

X = skor butir

Y = skor butir total

Kriteria validitas akan dinilai dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.10$ ($df = n - 2$).

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item tersebut valid.
- Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka item tersebut tidak valid.

SPSS akan menghasilkan tabel yang menunjukkan nilai korelasi (r) setiap item dengan skor total. Bandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} (lihat tabel distribusi r untuk jumlah responden tertentu).

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menggambarkan tingkat konsistensi antara jawaban atau skor yang dihasilkan oleh responden saat menggunakan instrumen yang sama. Instrumen

yang reliabel memastikan bahwa hasil yang diperoleh tidak terpengaruh oleh faktor eksternal, seperti suasana hati responden atau perubahan kecil dalam situasi penelitian.

Pada penelitian berbasis kuesioner ini, penulis menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini berfungsi untuk mengukur konsistensi internal antar item dalam satu variabel. Di mana nilai *cronbach's alpha* antara 0 sampai 1:

- $\alpha > 0.7$: Reliabel.
- $0.6 \leq \alpha < 0.7$: Reliabilitas cukup (masih dapat diterima dalam penelitian sosial).
- $\alpha < 0.6$: Tidak reliabel.

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Rumus 3.4 Cronbach's Alpha

Keterangan :

- n : Jumlah item.
- s_i^2 : Variansi setiap item.
- s_t^2 : Variansi total.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual (selisih antara nilai pengamatan dan nilai prediksi) dalam model regresi berdistribusi normal. Dalam analisis regresi, normalitas residual penting karena model regresi linier berganda mengasumsikan bahwa *error* bersifat normal. Uji normalitas penting

dalam penelitian karena untuk mengetahui data residual yang normal memastikan bahwa statistik inferensial, memberikan hasil yang akurat. Distribusi normal membantu model menghasilkan prediksi yang lebih akurat dan dapat dipercaya.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi ketika variabel independen dalam model regresi saling berkorelasi sangat kuat. Hal ini dapat menyebabkan kesalahan dalam estimasi parameter regresi dan membuat interpretasi menjadi sulit. Uji Multikolinearitas penting dalam penelitian karena Multikolinearitas menyebabkan ketidakstabilan dalam koefisien regresi dan mengurangi kemampuan model dalam mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Multikolinearitas memiliki beberapa Indikator yakni :

1. *Variance Inflation Factor* (VIF):
 - $VIF < 10$: Tidak terjadi multikolinearitas.
 - $VIF \geq 10$: Terjadi multikolinearitas.
2. *Tolerance*:
 - $Tolerance > 0.1$: Tidak terjadi multikolinearitas.
 - $Tolerance \leq 0.1$: Terjadi multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi di mana *variance* dari *error* atau residual dalam model regresi tidak konstan. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan bahwa *error* memiliki *variance* yang sama (*homoskedastisitas*).

Uji Heteroskedastisitas penting karena menyebabkan hasil uji statistik menjadi tidak valid dan model regresi akan memberikan hasil estimasi yang bias jika terjadi *heteroskedastisitas*.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah metode analisis statistik yang digunakan untuk mengukur pengaruh beberapa variabel independen (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat) (Indriani & Harahap, n.d.). Teknik ini digunakan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel serta untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen. Model regresi linear berganda dapat dinyatakan dengan persamaan:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

$X_2 = Brand Image$

α = Nilai Konstanta

$X_3 = Brand Awareness$

b = Nilai Koefisien Regresi variabel

e = Error

$X_1 = Brand Ambassador$

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah ukuran statistik yang digunakan dalam analisis regresi untuk menunjukkan seberapa besar variabel independen (bebas) dalam model mampu menjelaskan variabel dependen (terikat). Nilai R^2 dinyatakan dalam bentuk proporsi atau persentase (Tas'yana Ayu Larasati et al., 2022).

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menentukan apakah ada cukup bukti dalam sampel data untuk mendukung atau menolak pernyataan tertentu tentang populasi. Dalam penelitian kuantitatif, dilakukan untuk menguji dugaan (hipotesis) mengenai hubungan atau perbedaan antar variabel (Tas'yana Ayu Larasati et al., 2022).

3.9.1 Uji T (Parsial)

Uji t (uji parsial) digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu, sambil mengontrol variabel independen lainnya (Tas'yana Ayu Larasati et al., 2022). Uji ini menentukan apakah hubungan antara satu variabel independen dengan variabel dependen signifikan atau tidak.

Tujuan dari uji t sendiri adalah:

- Mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara individu terhadap variabel dependen.
- Mengidentifikasi variabel independen mana yang paling berkontribusi terhadap variabel dependen (melalui nilai koefisien b).

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dalam model regresi linear berganda. Rumus dasar yang digunakan adalah:

$$t = \frac{\hat{\beta}_i}{SE(\hat{\beta}_i)}$$

Rumus 3.6 Rumus dasar uji t

Keterangan :

β_i = Koefisien regresi dari variabel independen X_i

$SE(\beta_i)$ = Standar *error* dari koefisien regresi β_i

Standar *error* dihitung berdasarkan model regresi, yang didefinisikan sebagai:

$$SE(\hat{\beta}_i) = \sqrt{\frac{SSE}{n - k} \cdot \text{Var}(X_i)} \quad \text{Rumus 3.7 Model Regresi}$$

Keterangan :

SSE (*Sum of Squared Errors*) = Total kesalahan kuadrat *residual*.

n = Jumlah sampel.

k = Jumlah parameter dalam model (termasuk konstanta).

$\text{Var}(X_i)$ = Variansi variabel independen X_i

Alternatifnya, jika menggunakan *software* seperti SPSS, nilai *p-value* akan disediakan secara otomatis. Interpretasi:

- Jika $p \leq \alpha$, maka H_0 ditolak (ada pengaruh signifikan).
- Jika $p > \alpha$, maka H_0 gagal ditolak (tidak ada pengaruh signifikan).

3.9.2 Uji F (Simultan)

Uji F atau uji simultan digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi linear berganda (Tas'yana Ayu Larasati et al., 2022). Dengan kata lain, uji F mengevaluasi keseluruhan model regresi, bukan hanya pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen.

Tujuan dari Uji F ialah untuk menilai apakah semua variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) dan menentukan apakah model regresi yang dihasilkan layak digunakan untuk prediksi atau analisis lebih lanjut.

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}} \quad \textbf{Rumus 3.8 Uji F}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

k = jumlah variabel independen dalam model.

n = Jumlah sampel.

$(n - k - 1)$ = Derajat kebebasan (*degree of freedom*) untuk *residual*.

Bandingkan Statistik F dengan Nilai Kritis:

- Jika $F_{hitung} \geq F_{kritis}$, maka H_0 ditolak.
- Jika $F_{hitung} < F_{kritis}$, maka H_0 gagal ditolak.

Interpretasi Nilai p:

- Jika nilai p-value lebih kecil dari α , maka H_0 ditolak.
- Jika nilai p-value lebih besar dari α , maka H_0 gagal ditolak.