

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Bahri (2018:02) Metode penelitian adalah ilmu yang mempelajari proses menemukan solusi untuk suatu masalah setelah melakukan studi menyeluruh dan menganalisis faktor situasi. Penelitian merupakan penyelidikan yang sistematis terhadap masalah tertentu dengan langkah-langkah ilmiah untuk mengetahui dan memecahkan masalah tersebut atau untuk pengembangan pengetahuan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang artinya mempunyai sebab dan akibat di antara dua variabel atau lebih dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Menurut Bahri (2018:10) metode kuantitatif digunakan sebagai landasan pada perumusan masalah, pengembangan hipotesis, pengujian data, pembuatan kesimpulan. Jenis penelitian kuantitatif dengan metode komparatif (Comparatif Research) yang bertujuan membandingkan sampel satu dengan sampel lain, baik sampel independen (bebas) maupun sampel yang berpasangan. Dan penelitian ini untuk menganalisis Perbandingan Brand Ambassador (X) Han So Hee dan Syahrini pada Serum Somethinc.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Menurut Bahri (2018:81) sumber data dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Ada tiga cara dalam mengumpulkan data primer yaitu wawancara, kuesioner, dan observasi.

2. Data sekunder data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, berasal dari data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

Berdasarkan hal itu data yang digunakan pada peneliti ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini adalah data yang diperoleh dari responden di lokasi penelitian dengan memberikan kuesioner yang diberikan kepada konsumen produk serum Somethinc. Sedangkan data sekunder yang didapatkan oleh peneliti yaitu berupa data yang berbentuk artikel.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Syaiful Bahri (2018:81) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Ada tiga cara dalam mengumpulkan data primer yaitu wawancara, kuesioner, dan observasi. Menurut Bahri (2018:89) wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan kepada objek peneliti. Hasil wawancara tersebut dicatat dan akan menjadi data penelitian. Menurut Bahri (2018:92) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. metode ini menggunakan data primer dengan komunikasi mengajukan beberapa daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk mendapatkan informasi di perusahaan atau objek tersebut. Skala yang digunakan adalah skala ordinal, menurut Bahri (2018:140) skala ordinal adalah jenis skala pengukuran dimana data dibagi menjadi kategori atau tingkat yang memiliki urutan atau tingkatan tertentu.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Bahri (2018:50) populasi adalah keseluruhan objek penelitian dan memenuhi karakteristik tertentu pada wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan.

3.4.2 Sampel

Menurut Bahri (2018) Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. kriteria responden yang diambil sebagai sampel adalah sebagai berikut:

1. Pernah menggunakan produk serum Somethinc
2. Pernah melihat iklan, gambar Han So Hee dan Syahrini sebagai *Brand Ambassador* serum Somethinc

Menentukan sampel yang akan diambil pada penelitian ini dengan cara menggunakan rumus Lameshow

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi =0,5

d = sampling error = 10%

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan maka diperoleh nilai sampel sebesar 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang mempunyai nilai dan dapat diukur, baik berwujud (tangible) maupun tidak berwujud (intangibile) nilai yang diberikan pada suatu variabel didasarkan pada ciri-ciri variabel tersebut (Bahri 2018:130).

3.5.1 Variabel Independen

Variabel bebas atau variabel independen adalah suatu keadaan dalam suatu penelitian yang menimbulkan pengaruh terhadap suatu variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel independen adalah *Brand Ambassador*.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator
<i>Brand Ambassador</i>	<i>Brand ambassador</i> merupakan icon budaya atau identitas, dimana mereka bertindak sebagai alat individualisme kejayaan manusia serta komodifikasi dan komersialisasi suatu produk. (Faizal 2018)	Kemampuan selebriti mempresentasikan potret atau citra terbaik suatu produk.	<i>Visibility</i> (kepopuleran) <i>Credibility</i> (kredibilitas), <i>Attraction</i> (daya tarik) <i>Power</i> (kekuatan)

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Bahri (2018 :105) uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah dan untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus *Korelasi product moment* melalui program SPSS 26.

Prosedur pengujian

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
2. Jika nilai Sig. $\leq 0,05$ maka soal dinyatakan valid
Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
Jika nilai Sig. $\leq 0,05$ maka soal dinyatakan valid
Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka soal dinyatakan tidak valid
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 26*)

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Bahri (2018:117) uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang menggunakan kuesioner. Tujuannya adalah untuk menilai apakah pengukuran yang digunakan tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Alat ukur yang reliabel mempunyai tingkat reliabilitas tinggi yang ditentukan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas berkisar antara 0-1. Semakin tinggi koefisien reliabilitas yaitu mendekati angka satu maka alat ukurnya semakin reliabel. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode alpha cronbach. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan

reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 26.

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Bahri (2018)

3.8 Analisis Uji Beda Dua Rata-Rata

Berdasarkan parameternya statistik dibagi menjadi dua, yakni statistik Parametrik dan Non Parametrik, keduanya berbeda satu dengan yang lain dan memiliki kelebihan dan kekurangan. Statistik non parametrik adalah bagian dari statistik yang parameter populasinya tidak mengikuti suatu distribusi tertentu atau memiliki distribusi yang bebas persyaratan dan variannya tidak perlu homogen.

3.8.1 Independent Sample T-Test

Uji t independent disebut juga dengan uji beda dua mean independent, digunakan untuk mengetahui perbedaan rata – rata (mean) pada dua kelompok data independent. Independent bila data kelompok yang satu tidak tergantung dengan data kelompok yang kedua. Uji- t membandingkan rata-rata dua variabel. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t dengan t tabel.

Tingkat signifikansi adalah 5% ($\alpha = 0,05$).

1. Jika nilai Sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Tidak ada perbedaan yang signifikan antara Brand Ambassador Han So Hee dan Syahrini.
2. Jika nilai Sig. (2-tailed) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ada perbedaan yang signifikan antara Brand Ambassador han So Hee dan Syahrini.