

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik dan di jabarkan dengan penjelasan dari hasil data yang di peroleh (Lengkong, Priyowidodo, & Tjahyana, 2022). Penelitian untuk mengetahui dan menjadi mampu menjelaskan karakteristik variabel tentang efektivitas *brand ambassador* pada Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Lampung.

3.2 Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Data yang menjadai dalam penelitian ini menggunakan data primer adalah data yang sebenarnya yang kemudian dikumpulkan oleh peneliti yang dikhususkan untuk menjawab masalah - masalah yang ada di dalam penelitian (Sugiono, 2018) Jenis data yang akan digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan kepada responden untuk menggambarkan keadaan yang ada dan menjelaskan tentang butir butir aspek efektivitas *brand ambassador* pada Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiono, 2018) Kuisisioner yang berisi daftar atau butir pertanyaan yang

berkaitan dengan mengenai seberapa efektif *brand ambassador* pada Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Lampung. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala Likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan menggunakan Kuisisioner yang menjadi salahsatu instrumen penelitian yang berisi sejumlah pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan informasi atau tanggapan dari responden penelitian.

Kuisisioner dapat digunakan dalam berbagai jenis penelitian atau survei untuk memahami pandangan, sikap, atau perilaku responden terkait dengan suatu topik tertentu. Pertanyaan dalam kuisisioner dapat bersifat terbuka (responden memberikan jawaban bebas) atau tertutup (responden memilih jawaban dari opsi yang disediakan). Kuisisioner adalah alat yang populer dalam pengumpulan data dalam penelitian ilmiah, sosial, atau studi pasar. (Prawiyogi, Sadiyah, Purwanugraha, & Elisa, 2021).

Tabel 3.1 Skala

Skala likert	score
Sangat setuju	5
Setuju	4
Cukup setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: (Ilahi, 2023)

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi adalah seluruh kelompok individu, objek, atau elemen yang memiliki karakteristik tertentu dan merupakan

fokus penelitian dalam statistika dan ilmu sosial. Populasi dapat mencakup berbagai entitas, seperti manusia, hewan, tumbuhan, atau objek lainnya, tergantung pada konteksnya. Dalam penelitian, sering kali dilakukan analisis pada sampel yang merupakan subset dari populasi untuk mencapai tujuan penelitian dengan lebih efisien. Dalam statistika, populasi dapat dibagi menjadi populasi terbatas (*finite population*) dan populasi tak terbatas (*infinite population*), tergantung pada apakah jumlah individu atau elemen di dalamnya dapat dihitung dengan tepat atau tidak (Amin, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa baru Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Lampung pada tahun ajar 2023/2024.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah subset atau bagian yang diambil dari populasi yang lebih besar untuk mewakili dan menganalisis karakteristik populasi tersebut. Dalam penelitian, penggunaan sampel menjadi penting karena seringkali tidak praktis atau tidak mungkin untuk mempelajari seluruh populasi karena keterbatasan sumber daya seperti waktu, biaya, dan tenaga kerja. Oleh karena itu, sampel digunakan sebagai representasi yang dapat memberikan gambaran atau informasi yang dapat diandalkan tentang populasi secara keseluruhan. Pemilihan sampel yang baik dan representatif sangat krusial untuk memastikan hasil penelitian dapat diterapkan secara lebih luas pada populasi yang lebih besar. Metode pemilihan sampel yang umum termasuk *random sampling* (pengambilan sampel acak), *stratified sampling* (pembagian populasi menjadi strata dan pengambilan sampel dari setiap strata), dan *purposive sampling* (pengambilan

sampel berdasarkan kriteria tertentu) (Amin, 2023). Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan yang dilakukan untuk populasi. Oleh karena itu untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).

Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode Tabel Micael dalam penentuan jumlah data uji sampel ini diberikan hasil perhitungan yang berguna untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Pada penelitian ini tingkat kesalahan atau sampling error dalam menentukan jumlah sampel yaitu pada tingkat kesalahan 10%. Dengan rumus penghitungan data sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah populasi sampel}}{\text{Jumlah seluruh populasi sampel}} \times \text{Jumlah sampel tiap kelas}$$

Dengan pengumpulan sampel menggunakan teknik *Stratified random sampling*. *Stratified Random Sampling* adalah metode pengambilan sampel yang melibatkan pembagian populasi ke dalam kelompok-kelompok homogen yang disebut strata, dan kemudian diambil sampel acak dari setiap strata. Pendekatan ini dirancang untuk memastikan representasi yang lebih baik dari setiap kelompok di dalam populasi (Apriani, Saparahayuningsih, & Qalbi, 2021). Metode ini dapat mengurangi kesalahan sampel dan memberikan pandangan yang lebih rinci tentang populasi. Namun perlu diperhatikan bahwa proses pembagian strata harus dilakukan dengan hati-hati agar strata benar-benar homogen, dan pemilihan sampel dari setiap strata harus

dilakukan secara acak untuk memastikan keadilan dalam representasi

Sebagai alat ukur untuk menghitung sampel karena jumlah populasi yang diketahui dari 120 responden. Dengan populasi mahasiswa baru angkatan 2023/2024 di IIB Darmajaya Lampung.

Table 3.2 Jumlah mahasiswa sampel perjurusan

No	Jurusan	Siswa	Sampel	No	Jurusan	Siswa	Sampel
1	Manajemen	247	$247 / 861 \times 120 = 34$	7	Tehnik Informatika	140	$140 / 861 \times 120 = 20$
2	Akuntansi	52	$52 / 861 \times 120 = 7$	8	Sistem Informasi	85	$85 / 861 \times 120 = 12$
3	Bisnis Digital	91	$91 / 861 \times 120 = 14$	9	Sistem Komputer	31	$31 / 861 \times 120 = 4$
4	Hukum Bisnis	54	$54 / 861 \times 120 = 7$	10	DKV	58	$58 / 861 \times 120 = 8$
5	Pariwisata	35	$35 / 861 \times 120 = 5$	11	Desain Interior	16	$16 / 861 \times 120 = 2$

6	Sains Data	22	22 / 861 x 120 = 3	12	PTI	30	30 / 861 x 120 = 4
---	------------	----	-----------------------	----	-----	----	-----------------------

3.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi konsep	Definisi oprasional	Indikator	Skala
<i>Brand Ambassador</i>	Sebuah perusahaan perlu untuk menentukan selebriti yang tepat dan dikatakan efektif untuk dijadikan <i>brand ambassador</i> , yaitu seseorang yang akan melakukan segala sesuatunya atas nama suatu brand, supaya upaya komunikasi perusahaan dapat berjalan deng	Tokoh yang di tunjuk dapat memberikan informasi serta menyebarkan pengertian tentang citra, program dan keunggulan dari Institute Informatika Dan Bisnis Darmajaya	Indikator yang digunakan dalam mengukur <i>Brand Ambassador</i> berdasarkan teori VisCAP yaitu <i>Visibility</i> , <i>Credibility</i> , <i>Attraction</i> , <i>Power</i> . <i>Visibility</i> adalah seorang dapat untuk dikenali, <i>Credibility</i> adalah kemampuan untuk meningkatkan perhatian dan informasi serta penerimaan oleh target mengenai informasi merek atau <i>brand</i> tersebut, <i>Attraction</i> adalah daya tarik seorang,	Interval

	an efektif (Saputri & Saputro, 2023)		<i>Power</i> adalah kemampuan <i>brand ambassador</i> dalam mengajak atau mempengaruhi target dengan informasi. (Saputri & Saputro, 2023)	
--	--------------------------------------	--	---	--

3.6 Uji Persyaratan Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji untuk mengukur suatu instrumen. Dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Tujuan pengujian hipotesis ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dan dapat dipercaya antara *brand ambassador* sebagai variabel independent dan *brand image* sebagai variabel dependent yang pada akhirnya akan diambil kesimpulan penerimaan atau penolakan dari pada hipotesis yang telah dirumuskan. Untuk menguji signifikansi kolerasi antara variabel X dan variabel Y dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t Tabel yaitu dengan menggunakan. Metode kolerasi yang dipakai dalam penelitian ini untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah kolerasi pearson *product* moment Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Keterangan :

r hitung = koefisien korelasi

$\sum X$ = jumlah skor butir

$\sum Y$ = jumlah skor total

N = jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah: Jika t hitung $>$ nilai t Tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya koefisien regresi signifikan. Maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *brand ambassador* dengan pertumbuhan mahasiswa. Jika t hitung \leq nilai t Tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya koefisien regresi tidak signifikan. Maka tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *brand ambassador* dengan pertumbuhan calon mahasiswa. Cara menganalisis data dari satu kali hasil pengujian dan dengan menggunakan program SPSS versi 20. (Sugiono, 2018)

3.6.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah uji yang di gunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur kehandalan. Reabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat ukur dapat di percaya dengan hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi walaupun alat ukur tersebut di gunakan berkali-kali dan hasilnya tidak akan berubah. Berikut tabel koefisien dalam penelitian ini. (Sugiono, 2018)

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai r_{xx} mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 . Jika

nilai $\alpha > 0.7$ artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika $\alpha > 0.80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakannya sebagai berikut: Jika $\alpha > 0.90$ maka reliabilitas sempurna. Jika α antara $0.70 - 0.90$ maka reliabilitas tinggi. Jika α $0.50 - 0.70$ maka reliabilitas moderat. Jika $\alpha < 0.50$ maka reliabilitas rendah. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel (Sanaky, Saleh, & Titaley, 2021).

Tabel 3.3 Tingkat reabilitas

Koefisien Relibilitas	Kriteria
>0,9	Sangat Realiabel
0,7 – 0,9	Realiabel
0,4 – 0,7	Cukup Realiabel
0,2 – 0.4	Kurang Realiabel
<0,2	Tidak Realiabel

Sumber: Imam Gozali (2018)

3.7 Uji Pesyaratan Analisis Data

3.8.1 Model VisCAP

keefektifan dari seorang *brand ambassador* dapat diukur dengan teori VisCAP yaitu *Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, *Power*. (Saputri & Saputro, 2023) *Visibility* adalah kemampuan seorang selebriti untuk dikenali, *Credibility* adalah kemampuan seorang selebriti untuk meningkatkan perhatian dan pembelajaran serta penerimaan informasi mengenai merek atau *brand* tersebut, *Attraction* adalah daya tarik dari seorang selebriti, *Power* adalah kemampuan

selebriti *brand ambassador* dalam mengajak para target atau mempengaruhi target sesuai dengan yang diinginkan oleh *brand*.

Uji analisis data yang telah di sebarcan secar online kepada mahasiswa baru tahun angkatan 2023/2024 di grup angkatan yang telah di buat per fakultas. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari pertanyaan yang berkaitan dengan variable Visibility (X1) Credibility (X2), Attractiveness (X3), dan Power (X4) sebagai variabel bebas dan Minat Mendaftar (Y) sebagai variabel terikat dengan rekapitulasi hasil tanggapan responden adalah proses menyusun dan meringkas informasi yang diperoleh dari partisipan atau responden dalam suatu penelitian atau survei Ini melibatkan pengumpulan dan analisis tanggapan mereka terhadap pertanyaan atau topik yang di ajukan dalam penelitian Setiap indikator di dapatkan dari poin poin liket di kalikan dengan hasil poling dari responden penelitian dengan tabel konten sebagai berikut.

Tabel 3.4 Bobot nilai indikator Vis CAP

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Brand Ambassador	Visibility	1. Brand Ambassador memiliki popularitas yang tinggi 2. Brand Ambassador memiliki prestasi.	Liker
	Credibility	1. Brand Ambassador dipercaya oleh masyarakat	Liker

	2. Brand Ambassador dikenal dengan pribadi yang jujur	
Attraction	Brand Ambassador memiliki daya tarik yang menarik	Liker
Power	Kemampuan dalam mempengaruhi pikiran konsumen	Liker

Rumusan dalam penentuan nilai tertinggi dan terendah untuk menentukan efektif atau tidak nya penggunaan *brand ambassador* dalam teknik pengumpulan data Vis CAP dengan mengalikan jumlah keseluruhan indikator dengan poin tertinggi dari point Likert untuk mengetahui nilai tertinggi sedangkan mengalikan dengan poin Likert terendah untuk mengetahui nilai terendah dan hasil di kalikan dengan jumlah responden.

Nilai tertinggi = Jumlah indikator x point Likert tertinggi x jumlah Responden

Nilai terendah = Jumlah indikator x point Likert terendah x jumlah Responden

Dalam menentukan interval koefisiennya antar kategori dari setiap jawaban pertanyaan maka menggunakan tehnik hitung dengan rumusan hitung sekor maksimal di

kurangi skor minimal di bagi dengan total jumlah nilai Likert

$$\frac{\text{Skor maksimal} - \text{skor minimal}}{\text{Skor Likert}}$$

Untuk mengetahui tingkatan kategori skor jawaban mengenai variabel *brand ambassador* maka dapat ditentukan dengan mengurangi skor maksimal yang di dapatkan dengan skor interfal koefisiensinya dan pengurangan hasil sampai dengan nilai terendah yang di dapatkan.

A. Sangat setuju = Nilai pengurangan interval – Nilai tertinggi

B. Setuju = Nilai pengurangan interval – hasil pengurangan A

C. Cukup setuju = Nilai pengurangan interval – hasil pengurangan B

D. Tidak Setuju = Nilai pengurangan interval – hasil pengurangan C

E. Sangat tidak setuju = Nilai terendah – hasil penguranganD

