

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian *eksplanatory* atau eksplanatif (*explanatory research*) dipilih oleh penulis sebagai jenis penelitian *Eksplanatory* ialah penelitian yang meneliti keterkaitan antara dua atau lebih variabel untuk menjelaskan fenomena sebab dan akibat (Sari et al. 2022). Pada penelitian ini, hubungan antara *brand ambassador*, kualitas produk, dan persepsi harga memengaruhi keputusan pembelian.

Metode penelitian ini termasuk dalam metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) metode kuantitatif beralaskan pada positivisme, bahwa fenomena dapat dikategorikan, diasumsikan memiliki pola yang stabil dan dapat diukur dengan data kuantitatif serta hubungan antar variabel dijelaskan dalam kerangka sebab akibat. Pendekatan ini mempelajari populasi atau sampel tertentu melalui mengumpulkan data dan menguji hipotesis yang dirumuskan dengan alat penelitian serta analisis data statistik.

Pada penelitian ini digunakan dimensi waktu *cross sectional* untuk mengumpulkan data dalam rentang waktu tertentu. Kuesioner akan dibagikan pada waktu yang bersamaan. Dalam penelitian ini, individu merupakan unit analisisnya. Sebab penelitian ini bertujuan untuk menemukan alasan pribadi seseorang dibalik keputusan pembelian untuk

membeli produk *Something* yang dibatasi oleh berbagai alasan seperti halnya *brand ambassador*, kualitas produk, dan persepsi harga

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi tempat berlangsungnya penelitian dan berlangsung dari bulan April-Juni 2024. Rencana penelitian yang disusun dengan demikian :

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2024						
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Penulisan Proposal							
2.	Seminar Proposal							
3.	Revisi Setelah Seminar Proposal							
4.	Penelitian							
5.	Penulisan Bab IV-V							
8.	Sidang Skripsi							

Sumber : Peneliti (2024)

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Brand Ambassador</i>	<i>Brand ambassador</i> merupakan seseorang yang melakukan kontrak dengan perusahaan untuk mempromosikan produknya Ummat dan Hayuningtias (2022)	1. <i>tranference</i> 2. <i>congruence</i> 3. <i>credibility</i> 4. daya tarik 5. <i>power</i>	Skala Likert
Kualitas Produk	Kualitas mengacu pada serangkaian karakteristik	1. Kinerja 2. Fitur	Skala Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	suatu produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan (Magdalena dan Musthafa 2023)	3. Keandalan 4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Daya tahan 6. Kemudahan layanan 7. Estetika 8. Kualitas yang dirasakan	
Persepsi Harga	Persepsi harga menjelaskan tentang bagaimana informasi yang didapatkan oleh konsumen dan dibuat menjadi sebuah nilai yang berharga (Peter dan Olson 2016)	1. Harga yang terjangkau 2. Harga yang sesuai dengan kualitas 3. Harga yang kompetitif dengan merek lain 4. Harga sesuai dengan manfaat yang diberikan	Skala Likert
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian merupakan proses awal terjadinya dimana konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk barang maupun jasa (Ummat dan Hayuningtias 2022)	1. Pembelian produk atau jasa 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan waktu dan jumlah pembelian 4. Metode pembayaran	Skala Likert

Sumber : Peneliti (2024)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) beropini bahwa populasi merupakan wilayah umum yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai besaran dan spesifikasi tertentu yang akan dipelajari dan ditarik kesimpulan. Menurut Sugiyono (2019) populasi mencakup

semua elemen yang dijadikan wilayah secara umum. Unsur populasi merupakan hal yang akan diukur dalam penelitian terkait keseluruhan subjek. Populasi di penelitian ini yaitu masyarakat Kota Yogyakarta yang menggunakan produk Somethinc dengan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui.

2. Sampel

Sugiyono (2019) memaparkan bahwa sampel adalah hal terkecil dari populasi terkait jumlah dan spesifikasi. Kuantitas populasi yang besar dapat menyebabkan masalah karena populasi tersebut tidak dapat dipelajari secara keseluruhan saat melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu metode *non probability sampling* yang berarti bahwa setiap anggota populasi mendapat peluang atau karakteristik tertentu agar dijadikan sampel yang relevan dengan pertanyaan penelitian

Metode yang digunakan ialah *purposive sampling*. Metode ini didasarkan pada penetapan karakteristik tertentu, sehingga sangat tepat dalam menarik kesimpulan dari populasi yang banyak. Dalam penelitian ini diperlukan beberapa kriteria yang akan digunakan sebagai responden, antara lain:

- a) Berdomisili di Yogyakarta
- b) Memiliki usia minimal 17 tahun
- c) Pengguna produk Somethinc atau pernah melakukan pembelian minimal 1 kali

Karena populasi pengguna produk Somethinc di Yogyakarta tidak dapat diketahui kuantitasnya secara pasti, maka digunakan rumus Wibisono untuk menentukan besar sampel, yaitu :

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \alpha}{e} \right]^2$$

keterangan :

n = Jumlah sampel

z_{α} = Nilai tabel Z = 0,05 = 1,96

α = *Population standard deviation* (0,25)

d = Tingkat eror (5%)

Maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah :

$$n = \left[\frac{z_{\alpha/2} \alpha}{e} \right]^2 = \left[\frac{1,96 \times 0,25}{0,05} \right]^2 = 96,04$$

peneliti membulatkan menjadi 100 responden berdasarkan jumlah sampel yang telah dihitung sebanyak 96,04 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik survei digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Teknik ini bertujuan dalam memperoleh data dengan bentuk informasi dan fakta yang digunakan di penelitian. Selanjutnya, data yang dihimpun dapat menjawab hipotesis yang telah dibuat. Dalam penelitian ini, data sekunder dan data primer digunakan. Data primer diterima secara langsung dari

responden kepada pengumpul data (Sugiyono 2019). Data tersebut berasal dari masyarakat Kota Yogyakarta yang telah membeli produk Somethinc minimal 1 kali. Adapun data sekunder ialah data yang secara tidak langsung memberikan data kepada peneliti (Sugiyono 2019). Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang sudah ada seperti artikel jurnal, buku, laporan yang relevan dengan topik.

Kuesioner dengan pengembangan variabel merupakan teknik pada pengumpulan data untuk penelitian. Kuesioner dilakukan dengan menyuguhkan beberapa pertanyaan untuk dijawab kepada responden (Sugiyono 2019). Kuesioner dikatakan efektif jika peneliti mampu mengetahui variabel apa yang diukur dan diikuti dengan harapan responden secara pasti. Karena subjek penelitian sangat besar, kuesioner akan didistribusikan melalui formulir *online* Google. Responden yang dibutuhkan merupakan masyarakat Yogyakarta dengan rentang usia 17-35 tahun sebagai pengguna maupun setidaknya pernah membeli produk Somethinc 1 kali.

Dalam penelitian ini, dimanfaatkan skala likert sebagai instrumen pengumpulan data. Skala *likert* dipilih karena kemampuannya untuk mengukur variabel yang akan diuji dan menggunakan indikator sebagai inti pengujian untuk merangkai item-item pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono 2019). Item item skala *likert* dikembangkan dengan cermat untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Penggunaan skala *likert* sejalan dengan pendekatan penelitian kuantitatif yang dimanfaatkan dalam

penelitian ini. Skala *likert* terdiri dari 5 jawaban opsional, diawali dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Setiap tanggapan responden diberikan skor yang dimulai dari :

Tabel 3.3 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

F. Teknik Analisis Data

Alat perangkat lunak *software* IBM SPSS *Statistic* 25 digunakan untuk menganalisis kuantitatif. IBM SPSS *Statistic* 25 dipilih karena kemampuannya yang komprehensif dalam mengolah dan menganalisis data kuantitatif. Dengan adanya fitur yang canggih dalam IBM SPSS seperti analisis regresi linear, nantinya dapat diketahui pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas secara lebih mendalam.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan pada data dengan menganalisis dan mendeskripsikan atau menjelaskan karakteristik responden yang diteliti tanpa menarik kesimpulan atau generalisasi yang luas (Sugiyono 2019). Analisis deskriptif juga digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan hubungan antar variabel. Analisis ini menyajikan data melalui sebaran data dengan persentil,

mean, desil, diagram lingkaran, median, grafik, modus, dan tabel. (Sugiyono 2019).

2. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas dimanfaatkan untuk memastikan apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur secara tepat variabel-variabel yang ingin diukur. Uji validitas sangat penting dilakukan untuk mencegah adanya penyimpangan dari data pertanyaan yang diberikan. Semakin tinggi validitas suatu instrument penelitian maka semakin akurat instrument tersebut mengukur data (Amanda, et al. 2019). Instrumen dapat dianggap valid jika memenuhi kriteria nilai r hitung $>$ nilai r tabel pada taraf signifikan 5% atau 0,5 (Ghozali 2018).

b) Uji Reliabilitas

Tujuan utama uji reliabilitas adalah untuk menunjukkan seberapa handal atau dapat dipercaya alat ukur tersebut. Hal ini dilakukan dengan cara mengukur konsistensi hasil pengukuran apabila instrumen yang sama diukur lebih dari dua kali dengan item yang sama (Amanda et al. 2019). Menurut Ghozali (2018) sebuah instrument dikatakan reliabel apabila melebihi nilai *Cronbach Alpha* 0,6.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel penelitian disebarkan dengan normal. Uji normalitas dapat dilihat menggunakan uji Kormogorov-Smirnov. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Jika $p \text{ value} > 0,05$ maka data dianggap berdistribusi normal. Sementara, jika $p \text{ value} < 0,05$ maka data dianggap tidak berdistribusi normal (Ghozali 2018)..

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimanfaatkan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi tiap variabel independen (Ghozali 2018). Jika tidak ada korelasi maka model regresinya dibilang baik. Uji multikolinearitas dapat dilakukan melalui uji *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai $VIF < 10$ menjadi syarat dalam uji ini.

c) Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas dimanfaatkan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan variasi antara residu pengamatan pada model regresi (Ghozali 2018). Pengujian ini menggunakan korelasi Spearman dengan nilai residual *unstandardized*. Adapun kriteria dalam syarat dalam uji korelasi Spearman adalah nilai signifikan $> 0,05$ dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda ini diimplementasikan untuk mendapati hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan memproyeksinya nilai variabel terikat berdasarkan perhitungan variabel bebas. Dalam konteks studi ini, digunakan variabel bebas yaitu *brand ambassador*, kualitas produk, dan persepsi harga. Sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya. Rumus analisis regresi linear berganda yang diterapkan dalam penelitian seperti :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi untuk *Brand Ambassador*

b₂ = Koefisien regresi unrtuk Kualitas Produk

b₃ = Koefisien regresi untuk Persepsi Harga

x₁ = *Brand Ambassador*

x₂ = Kualitas Produk

x₃ = Persepsi Harga

e = Tingkat error

5. Uji t

Uji t adalah sebuah metode uji hipotesis untuk menilai hubungan secara individu (parsial) antara variabel bebas dan variabel terikat. Kriteria yang dianggap signifikan dan dapat diterima jika t hitung statistik $> t$ tabel dan nilai signifikan $< 0,05$.

6. Uji f

Uji f adalah uji hipotesis yang dilakukan secara simultan untuk menilai dampak antar variabel dependen terhadap variabel independen secara keseluruhan. Keputusan dalam uji f didasarkan pada dua kriteria yaitu nilai f hitung dan nilai signifikansi. Kriteria yang diambil berdasarkan apabila nilai f hitung statistik $> f$ tabel dan nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis tersebut diterima.

7. Uji Koefisien Determinasi

Tujuan penggunaan uji tersebut adalah untuk melihat apakah ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji ini dapat dilihat dengan uji *adjusted R Squared* (R^2). Menurut Ghozali (2018) ketika nilai *adjusted r square* berada dalam rentang 0-1 maka menunjukkan bahwa seluruh ragam dalam variabel terikat dapat diartikan oleh variabel bebas. Hal ini berarti bahwa model regresi memiliki kemampuan dalam memperkirakan nilai variabel terikat dengan baik.