

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono 2014) merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausalitas Menurut Sugiyono (2014), pendekatan kuantitatif kausal merupakan pendekatan dalam penelitian yang mencari hubungan antar satu variabel dengan variabel lain yang memiliki sebab akibat. Penelitian ini menguji hipotesis yang ditetapkan dan untuk mencari pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2014) yang dimaksud dengan metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

#### 3.2. Penelitian Populasi Dan Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014), definisi populasi adalah sebagai berikut: Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Malangkecwara Angkatan 2020 sebanyak 241 orang.

### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto 2019:109). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yakni dengan metode wawancara dengan mengisi kuisioner. Penelitian yang dilakukan menggunakan Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yakni probability sampling, yaitu teknik pengambilan yang memberikan peluang yang sama kepada setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Dengan populasi yang sudah disebutkan diatas maka penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan atau margin of error sebesar 10% dengan tingkat populasi 241 orang. Dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N * e^2)}$$

*n*: jumlah sampel/responden

*N*: ukuran populasi

*e* : presentase kesalahan yang masih dapat ditolerir atau margin of error (10%)

dengan rumus diatas maka diperoleh:

$$n = \frac{N}{1 + (N * e^2)}$$

$$n = \frac{241}{1+(241*0,10^2)} = \frac{241}{1+(241*0,01)} = \frac{241}{3,41} = 71$$

Maka sampel yang digunakan pada penelitian ini diambil sebanyak 71 mahasiswa STIE Malangkuçeçwara angkatan 2020 dengan teknik probability sampling.

### 3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

#### 3.3.1 Variabel

Menurut Sugiyono (2011) definisi variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulannya.

Klasifikasi variabel ada bermacam-macam dan dalam sebuah penelitian bisa terdiri dari lebih dari satu variabel. Ditinjau dari konteks hubungannya jenis variabel yang ada dalam penelitian ini ada tiga variabel yakni variabel independen, variabel dependen, dan moderasi.

##### 3.3.1.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif (Sekaran & Bougie, 2016). Variabel independen atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab sebuah perubahan atau munculnya variabel dependen atau terikat.

Menurut Sugiyono (2019:61) variable independen adalah variable-variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

##### 3.3.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi fokus utama penelitian. Tujuan penelitian adalah untuk memahami dan mendeskripsikan, menjelaskan variabilitas, atau memprediksi variabel dependen (Sekaran &

Bougie, 2016). Variabel dependen merupakan variabel terikat yang dipengaruhi atau menjadi sebuah akibat karena adanya variabel independen atau bebas.

Menurut Sugiyono (2011) variabel dependen adalah: “sering disebut juga sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.”

### 3.3.1.3 Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang memiliki efek kontingen yang kuat pada hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Hal ini berarti adanya variabel moderasi dapat mengubah hubungan asli antara variabel independen dan variabel dependen (Sekaran & Bougie, 2016).

Variabel moderator adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen (Sugiyono, 2019:39-40).

### 3.3.2 Operasionalisasi

Menurut Sugiyono (2014) “definisi operasional merupakan sifat atau kontrak yang ingin dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.”

Variabel	Definisi	Indikator
Brand Ambassador	Brand ambassador merupakan ikon budaya atau identitas, dimana mereka bertindak sebagai alat pemasaran yang mewakili suatu produk. Brand ambassador merupakan orang yang mendukung	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Popularitas</li> <li>2. Kreadibilitas</li> <li>3. Daya Tarik</li> <li>4. Kekuatan</li> </ol>

	suatu merek dari berbagai tokoh masyarakat populer (Andrews and Shimp 2018)	
Costumer Review	Online Customer Review merupakan bentuk WOM (word of mouth) pada transaksi secara online yang menyampaikan tentang penilaian dari customer terhadap produk atau layanan, penilaian yang ditulis ada yang bersifat positif ataupun negatif (Depari dan Ginting, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan)</li> <li>2. Source Credibility (Kredibilitas Sumber)</li> <li>3. Argument Quality (Kualitas Argumen)</li> <li>4. Volume of Online Reviews (Banyaknya Ulasan)</li> </ol>
Customer Trust	Menurut Fajarini & Meria (2020:482), customer trust merupakan kekuatan kepercayaan (trust) pada suatu produk yang memiliki atribut tertentu. Konsumen mengungkapkan kepercayaan terhadap berbagai atribut yang dimiliki suatu merek dan produk yang dievaluasi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Integritas (Integrity)</li> <li>2. Persepsi Kebaikan (Benevolence)</li> <li>3. Persepsi Kompetensi (Competence)</li> <li>4. Predictability (konsistensi perilaku oleh penjual)</li> </ol>

Brand Awareness	Brand Awareness (kesadaran merek) merupakan kemampuan individu mengenali dan mengingat merek dari suatu kategori produk tertentu, dan merupakan dimensi utama dalam ekuitas merek (Keller dalam Juliana dan Sabrina O. Sihombing, 2019: 22)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brand Recall</li> <li>2. Brand Recognition</li> <li>3. Purchase decision</li> <li>4. Consumption</li> </ol>
-----------------	---	---

### 3.3.3 Pengukuran

Menurut sugiyono (2011) Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut dapat digunakan dalam pengukuran yang akan menghasilkan data kuantitatif.

Definisi operasional menjelaskan mengenai sebuah cara atau metode khusus yang digunakan untuk meneliti dan bekerja dengan struktur, sehingga peneliti yang lain dapat melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara atau metode pengukuran struktur yang lebih baik. Definisi operasional berisi hal-hal penting dalam penelitian yang membutuhkan penjelasan dan bersifat spesifik, rinci, tegas, dan pasti yang menggambarkan mengenai karakteristik variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian dan hal-hal yang dianggap penting.

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel brand ambassador, review produk, customer trust dan brand awareness yang diukur dengan menggunakan skala likert. Alasan menggunakan metode pengukuran skala likert karena peneliti menggunakan sistem penyebaran angket (kuesioner). Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban dengan susunan sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Skala Likert

No	Jawaban Responden	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Kurang Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2011)

#### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014), teknik pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2014) terdiri atas observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu data primer yang diperoleh dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner online menggunakan penyebaran kuesioner online menggunakan instrumen google form kepada responden.

Menurut Sugiyono (2014) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

### 3.4.1 Pengujian Instrumen Penelitian

#### 3.4.1.1 Uji Validitas

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan peneliti dengan data yang telah diperoleh dari responden. Menurut Darma (2021:7) menyatakan bahwa uji validitas menjadi tolak ukur untuk menghitung atau mengukur fungsi dari instrumen penelitian, mengukur sah atau tidaknya kuesioner yang ada di dalam penelitian. Uji validitas dilakukan dengan indikator  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan nilai signifikansi 0,05 maka dengan ini instrumen dinyatakan valid (Darma 2021:8)

#### 3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014) uji reabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran sebuah item dengan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Indikator dari uji reliabilitas diatas dengan mempertimbangkan tingkat signifikansi sebesar 0,6 maka jika nilai alpha cronbach lebih besar dari tingkat signifikansi maka instrumen tersebut termasuk ke dalam reliabel, jika sebaliknya maka termasuk instrumen tidak reliabel (Darma 2021:17)

### 3.5 Metode Analisis Data

Analisis data yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013) merupakan proses mencari dan menyusun dengan sistematis data yang didapat dari hasil



kuesioner, dengan cara mengorganisasikan ke suatu kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting untuk dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga bisa dipahami oleh peneliti maupun orang lain.

### 3.5.1 Metode analisis

#### 3.5.1.1 Linier Berganda

Analisis regresi *linier* berganda adalah analisis yang digunakan peneliti untuk menguji pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) (Sugiyono, 2013). Rumus linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : Customer Trust

a : Konstanta/Intercept

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> : Koefisien Regresi Variabel Bebas

X<sub>1</sub>: Brand Ambassador

X<sub>2</sub>: Customer Review

#### 3.5.1.2 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:105) tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antar kesalahan pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik dengan Kolmogorov-Smirnov. Data dapat dikatakan berdistribusi secara normal apabila nilai signifikansi > 0,05.

### 3.5.1.3 Uji Multikolinearitas

Ghozali (2018:105) mengatakan tujuan dari uji multikolinearitas yaitu untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel independen. Jika nilai VIF dibawah 10 dan Tolerance Value diatas 0,10 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas.

### 3.5.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Sunyoto (2016) menyatakan bahwa dalam persamaan regresi linier berganda juga membutuhkan uji tentang sama tidaknya varian dari residual dan observasi yang satu dengan yang lain. Uji heteroskedastisitas menggunakan korelasi rank spearman dengan rumus nilai signifikansi  $> 0,05$  sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3.5.2 Uji Hipotesis

### 3.5.2.1 Uji t (parsial)

Uji parsial digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018). Dengan taraf signifikan yang digunakan adalah 5% atau  $\alpha = 0.05$ . Untuk dasar pengambilan keputusan pada penelitian adalah dengan membandingkan thitung dengan ttabel atau dengan melihat nilai probabilitasnya, yaitu: jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.5.2.2 Uji F (stimultan)

Ghozali (2018:98) menyatakan tujuan dari uji stimultan atau uji F yaitu untuk menunjukkan variabel independen yang dimasukkan ke dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian. Hasil uji F dapat menentukan kelayakan model

regresi yaitu jika nilai sig > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak layak, namun apabila nilai sig ≤ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak.

### 3.5.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut Ghozali (2018) koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas.

### 3.5.2.4 Analisis Regresi Moderasi (Moderated Regression Analysis)

Uji interaksi disebut dengan Moderated Regression Analysis (MRA) karena adanya variabel brand awarness yang menjadi variabel moderasi. Moderated Regression Analysis (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linier dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (Ghozali, 2018) dengan rumus persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta M + \beta(X_1 * M) + \beta(X_2 * M) + e$$

Keterangan:

Y : Customer Trust

X1 : Brand Ambassador

X2 : Customer Review

M : Brand Awarness

A : Nilai Konstanta

β : Arah Koefisien Regresi

X\*M : Interaksi Antara Variabel Bebas dengan Variabel Moderasi

e : Error Term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian