

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Fadil Jaidi sebagai brand ambassador terhadap minat beli traffic bun” peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. (Creswell, 2014, p. 3) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan sebuah pendekatan dengan cara menguji teori obyektif dengan memeriksa hubungan antar variabel. Variabel- variabel tersebut biasanya diukur dengan instrumen, data dalam bentuk angka dianalisis dengan menggunakan metode statistic dengan bantuan aplikasi bernama SPSS, maka dari itu penelitian dengan metode kuantitatif banyak digunakan oleh para peneliti yang ingin memperoleh hasil yang akurat.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013) Metode penelitian adalah metode ilmiah untuk memperoleh data untuk tujuan tertentu. Metode ilmiah berarti kegiatan penelitian didasarkan pada ciri-ciri ilmu pengetahuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Menurut

Darmadi (2013), Untuk teknik sampling digunakan non-probability sampling dan purpose sampling. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dimana tidak setiap populasi memiliki peluang atau peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif yang pengumpulan data primernya dilakukan dengan cara penyebaran survei dalam bentuk kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kemudian, hasil dari kuesioner yang telah dikumpulkan tersebut diolah dengan SPSS agar dapat diperoleh hasil akhir dan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Pada pengumpulan data sekunder, dilakukan pengambilan data dari riset kepustakaan bersumber dari buku referensi, jurnal ilmiah, bahan publikasi resmi dan sumber online.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Abdullah (2015, p. 226) mendefinisikan populasi sebagai kumpulan unit yang akan diteliti karakteristiknya. Populasi merupakan keseluruhan dari unit yang akan diteliti serta diambil kesimpulannya untuk menjawab masalah penelitian. Peneliti akan menggunakan objek penelitian berupa pengikut *followers* instagram Fadil Jaidi sebagai populasi dari penelitian

ini yang berjumlah 7.400.000 pengikut per tanggal 17 Mei 2022 pada pukul 17.00 WIB.

### 3.3.2 Sampel

Untuk teknik pengambilan sampel yang digunakan -non-*probability sampling* dan *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik non *probability sampling* yaitu teknik dimana tidak setiap populasi diberikan kesempatan atau peluang yang sama untuk dijadikan sampel Sugiyono (2015). Sedangkan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu (Arikunto, 2006).

Berikut merupakan beberapa kriteria tertentu untuk mengambil sampel:

1. Segala Jenis Usia
2. Mengenal Fadil Jaidi
3. Mengikuti media sosial Instagram Fadil jaidi

Penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer menurut Malhotra (2010, p. 132) data yang berasal dari peneliti untuk tujuan khusus menangani masalah yang dihadapi. Jadi data primer adalah data yang diperoleh dari si peneliti itu sendiri. Untuk memperoleh data primer yang diperlukan, teknik yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari pengisian kuisioner yang diberikan kepada responden. Sementara kuisioner menurut Malhotra (2010, p. 335) adalah teknik terstruktur untuk pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan, tertulis atau lisan, atas jawaban responden. Definisi skala likert menurut Malhotra (2010, p. 308) adalah skala pengukuran dengan lima kategori respon mulai dari "sangat tidak setuju" sampai "sangat setuju" yang mengharuskan responden untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan dengan masing-masing dari serangkaian pernyataan yang berhubungan dengan objek stimulus.

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Malhotra, maka jumlah sampel yang harus didapatkan oleh peneliti adalah sebanyak 200.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu satu variabel x dan satu variabel y. Variabel x adalah *brand ambassador* selebgram Fadil jaidi. Sedangkan variabel y adalah purchase intention traffic bun. Peneliti telah membuat operasionalisasi variabel yang terdiri dari variabel, definisi, dimensi, dan indikator dalam tabel berikut ini.

Tabel 3.4 Operasionalisasi Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
<i>Brand ambassador</i>	<i>Visibility</i>	- Popularitas	1. Menurut saya Fadil terkenal di media sosial <i>instagram</i> . 2. Menurut saya Fadil Jaidi memiliki popularitas.
		- Achievement	1. Menurut saya

		<p>Fadil Jaidi adalah seorang yang mempunyai prestasi.</p> <p>2. Menurut saya Fadil Jaidi adalah seorang yang layak untuk mendapatkan status verified di instagram.</p> <p>- Known as Brand ambassador</p> <p>1. Menurut saya Fadil Jaidi dapat dikenal sebagai <i>brand ambassador</i>.</p> <p>2. Menurut saya Fadil Jaidi layak menjadi <i>brand ambassador</i>.</p>	<p>Fadil Jaidi adalah seorang yang mempunyai prestasi.</p> <p>2. Menurut saya Fadil Jaidi adalah seorang yang layak untuk mendapatkan status verified di instagram.</p> <p>1. Menurut saya Fadil Jaidi dapat dikenal sebagai <i>brand ambassador</i>.</p> <p>2. Menurut saya Fadil Jaidi layak menjadi <i>brand ambassador</i>.</p>
	<p><i>Credibility</i></p>	<p>- Pengetahuan luas.</p>	<p>1. Menurut saya Fadil Jaidi</p>

		<p>memiliki wawasan yang luas.</p> <p>2. Menurut saya Fadil Jaidi memiliki pemahaman terkait banyak hal.</p>
	- Keahlian	<p>1. Menurut saya Fadil Jaidi memiliki kemampuan untuk mempengaruhi orang terkait produk yang diwakilinya.</p> <p>2. Menurut saya Fadil jaidi memiliki keahlian untk menghibur orang lain.</p>
	- Objektivitas	<p>1. Saya merasa</p>

	- Jujur	<p>Fadil Jaidi dapat memberikan review yang objektif.</p> <p>2. Saya merasa review Fadil Jaidi dapat dipercaya.</p> <p>1. Menurut saya Fadil Jaidi adalah orang yang jujur.</p> <p>2. Menurut saya Fadil Jaidi adalah orang yang baik dan apa adanya.</p>
<i>Attraction</i>	- Attractiveness	<p>1. Menurut saya Fadil Jaidi memiliki daya tarik.</p> <p>2. Menurut saya Fadil Jaidi memiliki aura positif.</p>
	- Hospitality	<p>1. Menurut saya</p>



		<p>- Appearance</p> <p>- Perception</p>	<p>Fadil Jaidi orang yang ramah.</p> <p>2. Menurut saya Fadil Jaidi memiliki sikap rendah hati.</p> <p>1. Menurut saya Fadil Jaidi tampil apa adanya.</p> <p>2. Menurut saya Fadil Jaidi memiliki penampilan yang baik.</p> <p>1. Saya memiliki persepsi yang baik terkait Fadil Jaidi.</p> <p>2. Menurut saya Fadil adalah orang yang baik hati.</p>
	<i>Power</i>	<p>- Kekuatan mempengaruhi</p>	<p>1. Menurut saya Fadil Jaidi dapat mempengaruhi audience.</p>

		<p>2. Menurut saya Fadil memiliki karakter yang menarik dan berbeda dari <i>public figure</i> lainnya.</p> <p>1. Menurut Fadil Jaidi adalah selebgram yang mudah diingat oleh netizen.</p> <p>2. Menurut saya Fadil Jaidi dapat memberikan pengaruh kepada konsumen.</p>
--	--	--

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Purchase intention (Y)	Transaksional	Memiliki keinginan untuk membeli.	<p>1. Menurut saya traffic bun layak dibeli.</p> <p>2. Saya memiliki</p>

			keinginan untuk membeli traffic bun.
	Preferensial	Menjadikan sebuah produk sebagai prioritas untuk pilihan utama	1. Saya lebih memilih traffic bun dibandingkan brand lain. 2. Menurut saya traffic bun adalah produk kuliner utama pilihan saya.
	Eksploratif	Mencari informasi ketika ingin membeli.	1. Menurut saya traffic bun dicari di kalangan masyarakat. 2. Saya mencari tahu terkait produk traffic bun.
	Refrensial	Memberi rekomendasi kepada orang lain.	1.Saya merekomendasikan produk traffic bun kepada orang lain. 2.saya memberikan review traffic bun kepada orang lain.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode penyebaran survei kuesioner menggunakan alat survey digital Google form. Menurut Sugiyono (2014, p. 199) survei kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tujuan untuk memperoleh informasi-informasi yang relevan mengenai variabel-variabel penelitian yang akan diukur dalam penelitian.

#### **3.5.1 Data Primer**

Menurut Sugiyono (2018, p. 456) atau 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. Dalam penelitian ini, data primer didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner terhadap sampel penelitian.

Kuesioner disebarikan kepada 200 responden yang merupakan pengikut dari @fadiljaidi.

Dalam pengumpulan data melalui kuesioner, terdapat beberapa jenis yang digunakan sesuai dengan

data yang diperoleh dan skala yang digunakan skala likert. Menurut Siregar (2013, p. 25), skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, pendapat maupun pandangan seseorang terhadap sesuatu”. Skala likert memiliki dua format, yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif. Biasanya, pernyataan positif berawal dari skor 5 sampai dengan 1, begitupun sebaliknya. Bentuk jawaban dari skor tersebut mewakili jawaban mulai dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

### **3.5.2 Data Sekunder**

Menurut Bungin (2014, p. 128), data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari riset kepustakaan, sumber buku referensi, jurnal ilmiah, bahan publikasi resmi dan sumber online yang sesuai dengan topik penelitian kemudian dilakukan penelitian dan dianalisis kembali oleh peneliti.

### 3.6 Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas)

#### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2009), menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Suatu tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.

Oleh karena itu, terdapat beberapa hal yang diperhatikan untuk mengetahui ketepatan instrumen penelitian yang digunakan, yaitu Siregar (2013, pp. 47-48):

1. Jika koefisien korelasi product moment melebihi 0,3.
2. Jika koefisien korelasi product moment  $> r$  tabel ( $\alpha ; n - 2$ )  $n =$  jumlah sampel.

3. Nilai Sig.  $\leq \alpha$ .

### 3.6.1.1 Uji Instrumen Validitas Data Pre -Test

Pre-Test merupakan uji coba yang dilakukan sebelum penyebaran kuesioner kepada para responden secara resmi untuk memastikan bahwa kuesioner yang telah dibuat layak untuk melanjutkan penelitian. Terdapat 84 data responden yang digunakan untuk melakukan pre-test. Pengolahan data responden dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 28. Dalam pengujian validitas data, r tabel yang digunakan pada pre-test ini adalah .220 dengan jumlah responden 84 dan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Syarat suatu data dinyatakan valid adalah ketika r hitung lebih besar dari pada r tabel.

Tabel 3.5 Uji Validitas Pre Test

Dimensi	r.hitung	r.tabel	Sig.	Keterangan
X1	.636	0.220	.000	VALID
X2	.593	0.220	.000	VALID
X3	.545	0.220	.000	VALID
X4	.675	0.220	.000	VALID
X5	.691	0.220	.000	VALID
X6	.676	0.220	.000	VALID
X7	.486	0.220	.000	VALID
X8	.611	0.220	.000	VALID
X9	.478	0.220	.000	VALID
X10	.521	0.220	.000	VALID
X11	.588	0.220	.000	VALID
X13	.724	0.220	.000	VALID
X14	.716	0.220	.000	VALID
X15	.715	0.220	.000	VALID
X16	.714	0.220	.000	VALID
X17	.701	0.220	.000	VALID
X18	.790	0.220	.000	VALID
X19	.677	0.220	.000	VALID
X20	.656	0.220	.000	VALID
X21	.685	0.220	.000	VALID
X22	.750	0.220	.000	VALID
X23	.678	0.220	.000	VALID
X24	.671	0.220	.000	VALID
X25	.691	0.220	.000	VALID
X26	.754	0.220	.000	VALID



Berdasarkan tabel hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 28 untuk uji validitas variabel *brand ambassador(X)* seluruh pertanyaan yang terdiri dari 26 butir pernyataan dinyatakan valid. Oleh karena itu, seluruh pertanyaan pada kuesioner ini dapat dilanjutkan untuk disebarikan kepada para responden penelitian.

Dimensi	r.hitung	r.tabel	Sig.	Keterangan
Y1	.773	0.220	.000	VALID
Y2	.835	0.220	.000	VALID
Y3	.875	0.220	.000	VALID
Y4	.897	0.220	.000	VALID
Y5	.815	0.220	.000	VALID
Y6	.856	0.220	.000	VALID
Y7	.917	0.220	.000	VALID
Y8	.898	0.220	.000	VALID

Berdasarkan tabel hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 28 untuk uji validitas variabel minat beli (Y), seluruh pertanyaan yang terdiri dari 8 butir pertanyaan dinyatakan valid. Oleh karena itu, seluruh pertanyaan pada kuesioner ini

dapat dilanjutkan untuk disebarakan kepada para responden penelitian.

### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Kriteria dalam uji reliabilitas adalah apabila nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$  maka data tersebut dapat dinyatakan reliabel. Namun, apabila nilai Cronbach's Alpha  $< 0,60$  maka data tersebut dinyatakan tidak reliabel (Hulu & Sinaga, 2019, h. 58).

### 3.6.2.1 Uji Instrumen Reliabilitas Data Pre -Test

**Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Data Variabel *Brand Ambassador* (X)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.943	26

Berdasarkan tabel 3.1 sebagai hasil uji reliabilitas, data menunjukkan bahwa hasil cronbach's alpha sebesar .943, maka dapat dinyatakan reliabel karena melebihi 0,6.

**Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Data Variabel *Purchase Intention* (Y)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.947	8

Berdasarkan tabel 3.2 sebagai hasil uji reliabilitas, data menunjukkan bahwa hasil

cronbach's alpha sebesar .947, maka dapat dinyatakan reliabel karena melebihi 0,6.

### **3.7 Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Dalam penelitian ini terdapat lebih dari satu variabel bebas yang akan diuji oleh karena itu untuk mengetahui pengaruhnya terhadap variabel terikat, maka proses analisis regresi yang dilakukan adalah menggunakan analisis regresi berganda.

#### **3.7.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas dan terikat berdistribusi normal atau tidak (Juliandi A, 2014, p. 160) Dalam (Sahab, 2019, p. 160) uji normalitas dapat menggunakan grafik atau angka antara lain: Normal

PP Plot, Normal QQ Plot, Normal Detrend QQ Plot, Histogram, Boxplot, dan Stem- leaf. Sementara itu, uji normalitas juga dapat menggunakan teknik yang berdasar pada angka, seperti: Kolmogorov Smirnov,

Saphiro Wilk, Lilliefors, Jarque Bera, dan lain sebagainya.

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov pada aplikasi SPSS versi 25. Menurut Sahab (2019, p. 161), Uji Kolmogorov Smirnov merupakan uji normalitas yang cukup banyak digunakan dan memiliki keunggulan, yaitu sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan antar pengamat yang sering terjadi pada uji normalitas menggunakan grafik. Dalam pengujian ini, jika nilai signifikansi di bawah 0,05 berarti data tersebut memiliki perbedaan yang signifikan dengan data normal sehingga data tersebut dapat dinyatakan tidak normal.

### **3.7.2 Uji Linearitas**

Menurut Sugiyono dan Susanto (2015:323) uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui test of linearity.

### **3.7.3 Uji Homogenitas**

Menurut (Usman., 2011) uji homogenitas merupakan cara untuk menguji apakah kedua data yang diuji tersebut homogen. Cara tersebut dilakukan dengan membandingkan kedua variasinya, sehingga akan berhadapan dengan membandingkan kedua variasinya. Rumus uji homogenitas adalah uji Harley, dimana uji homogenitas variasi yang sangat sederhana karena hanya membandingkan variasi terbesar dengan variasi terkecil dengan rumus.

## **3.8 Uji Hipotesis**

### **3.8.1 Uji Korelasi**

Analisis korelasi memiliki tujuan untuk mengetahui kekuatan hubungan variabel pada suatu penelitian (Juliandi A, 2014, p. 149) Kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan antar variabel tersebut disebut koefisien asosiasi atau korelasi (Kriyantono, 2014, p. 172) Terdapat nilai koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 3.8 Uji Korelasi

Kurang dari 0,20	Hubungan rendah sekali, lemas sekali
0,20 - 0,39	Hubungan rendah tetapi pasti
0,40 – 0,70	Hubungan yang cukup berat
0,40 – 0,70	Hubungan yang tinggi, kuat
Lebih dari 0,90	Hubungan yang sangat tinggi, kuat sekali

Korelasi sederhana digunakan untuk penelitian yang memiliki satu variabel independen dan satu variabel dependen, sedangkan korelasi berganda digunakan untuk penelitian dengan lebih dari satu variabel independen dan satu variabel dependen (Juliandi A, 2014, p. 149). Penelitian ini menggunakan uji korelasi sederhana yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS.

### 3.8.2 Uji Regresi

Dalam penelitian kuantitatif, penyebaran kuesioner akan menghasilkan data yang akan diolah sebagai hasil penelitian. Setelah data terkumpul, maka akan dilakukan analisis data. Analisis data

adalah serangkaian kegiatan pemeriksaan, pengelompokan, penerjemahan dan verifikasi data agar setiap fenomena memiliki nilai akademis, sosial, dan ilmiah (Siyoto, 2015, p. 109). Salah satu cara yang digunakan untuk menganalisis data adalah dengan uji regresi linier. Uji regresi digunakan untuk menjawab pertanyaan mengenai besaran pengaruh dan akan dilakukan setelah melakukan uji korelasi (Sufren & Natanael, 2013, p. 93).

Dalam mengukur pengaruh variabel X dan variabel Y digunakan persamaan linear sederhana yang akan dipaparkan seperti dibawah ini. (Kriyantono, 2020, p. 431)

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (purchase intention)

X = Variabel independen (Social media marketing)

a = konstan (nilai intercept)

b = Koefisien regresi





UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA