



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Kriyantono (2014) paradigma merupakan keseluruhan sistem berpikir yang digunakan dalam melakukan suatu penelitian, paradigma diperlukan untuk menentukan jenis metode penelitian yang mencakup cara meneliti, mengukur realitas, mengumpulkan data dan memahami realitas. Peneliti menggunakan paradigma positivistik karena isinya terstruktur dan dapat diukur dengan angka-angka. Paradigma positivistik merupakan upaya pengiriman pesan untuk mengubah pengetahuan penerima pesan yang dicerminkan dalam proses linear atau sebab akibat. (Ardianto, 2009). Paradigma dapat diartikan pola pikir yang menunjukkan hubungan kedua variabel dalam penelitian kuantitatif.

3.2 Pendekatan dan Sifat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang diangkat untuk mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh Blackpink sebagai *brand ambassador* Samsung (X) terhadap minat beli pelanggan (Y). Maka pendekatan ini bersifat kuantitatif dan bersifat eksplanatif yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dan hubungan antar variabel bebas (Blackpink sebagai *brand ambassador* Samsung) dengan variabel terikat (minat beli pelanggan). Pendekatan kuantitatif merupakan metode yang dilandaskan oleh filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel, pada

umumnya teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak, setelah itu data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. (Sugiyono, 2013:13)

3.3 Metode penelitian

Metode penelitiannya menggunakan *survey* setelah itu data akan diolah menjadi hasil penelitian untuk mengetahui jawaban dari setiap responden yang sesuai dengan tema penelitian.

Survei adalah suatu langkah atau kaidah untuk mendapatkan informasi dari populasi dengan menggunakan kuesioner, *interview*, *e-mail*, atau telepon. Ada empat tipe penelitian survey secara instrumen, yaitu: *Personal Interview*, *Mail Questionnaire*, *Telephone Survey*, dan *Controlled Observation*. Sedangkan, secara waktu terbagi menjadi *Cross-sectional Survey* dan *Longitudinal Survey*. (Yusuf, 2014:48)

Dalam hal ini peneliti menggunakan *Mail Questionnaire* melakukan penyebaran kuesioner kepada responden dalam waktu yang telah ditentukan.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah *followers instagram* yang *memfollow official instagram* dari Samsung Indonesia (@samsung_id). Sampel yang diambil merupakan *followers* akun *instagram @Samsung_id* yang memberi *like* pada *postingan* Blackpink sebagai *brand ambassador* Samsung. Malholtra (2006: 291) menjelaskan bahwa analisis faktor ukuran sampel yang diambil dengan cara mengalikan paling sedikit empat sampai lima jumlah indikator dengan jumlah variabel. Jumlah variabel penelitian ini sejumlah $20 \times 5 = 100$ responden. Peneliti akan membulatkan menjadi 150 responden dan peneliti mengambil sebanyak 30 sampel untuk menguji validitas dan reliabilitas. Peneliti mengumpulkan data dengan menyebar kuesioner.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini terdapat variabel bebas yaitu Blackpink sebagai *brand ambassador* Samsung, dan minat beli pelanggan sebagai variabel terikat. Berikut merupakan tabel operasionalisasi variabel berdasarkan pernyataan yang telah ditentukan sesuai dengan dimensi dan juga indikator variabel bebas maupun terikat.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Nama Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan Indikator	Skala
	<i>Transference</i>	Mendukung merek yang terkait dengan profesi mereka	Blackpink sebagai selebritis yang sering tampil depan publik menggunakan <i>smartphone</i> Samsung.	
		Kemampuan Menyampaikan Pesan	Blackpink sebagai penyanyi yang sering berhadapan depan khalayak mampu menyampaikan pesannya dengan baik	
	<i>Congruence</i>	Kesesuaian antara karakter dan brand	Blackpink sebagai penyanyi ber- <i>genre hip-hop</i> sesuai dengan sasaran <i>smartphone</i> Samsung anak-anak <i>millennial</i>	
	<i>Credibility</i>	Kejujuran	Blackpink merupakan sosok yang jujur sebagai <i>Brand Ambassador</i>	
		Kepercayaan	Apa yang disampaikan Blackpink mengenai Samsung dapat dipercaya	
			Blackpink dapat dipercaya sebagai <i>brand ambassador smartphone</i> Samsung.	
		Informasi objektif	Informasi <i>smartphone</i> Samsung yang disampaikan Blackpink objektif	
	Informasi <i>smartphone</i> Samsung yang disampaikan Blackpink tidak dilebih - lebihkan			

		Pengetahuan	Blackpink memiliki pengetahuan yang luas tentang <i>smartphone</i> Samsung untuk disampaikan	
	<i>Attractiveness</i>	Daya tarik fisik	Penampilan fisik personil Blackpink tepat digunakan menjadi <i>brand ambassador</i> Samsung	
	<i>Power</i>	Kharisma yang dimiliki	Blackpink memiliki kharisma yang memukau sehingga tepat menjadi <i>brand ambassador</i> .	

Nama Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Minat Beli Variabel Y		Eksploratif	tertarik untuk mencari informasi tentang smartphone Samsung	Likert
			ingin mengetahui produk dari smartphone Samsung	
			tertarik mencari tahu harga dari smartphone Samsung	
			mencari tahu tentang pengalaman menggunakan <i>smartphone</i> Samsung melalui teman atau orang-orang terdekat yang telah menggunakan <i>smartphone</i> Samsung.	
			mencari tahu tentang fitur-fitur dari produk <i>smartphone</i> Samsung serta cara penggunaan melalui testimoni-testimoni yang ada di internet.	

		Preferensial	Menjadikan Smartphone Samsung salah satu pertimbangan dalam daftar pembelian	
			Menjadikan preferensi utama pada smartphone Samsung sebagai prioritas pilihan utama dalam daftar pembelian <i>smartphone</i>	
		Referensial	Akan merekomendasikan <i>smartphone</i> Samsung kepada teman-teman saya dan orang-orang terdekat	
		Transaksional	Ketika saya ingin membeli smartphone, Saya akan membeli smartphone Samsung.	

Sumber: Variabel yang digunakan

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data utama dilakukan dengan kuesioner *online* yang disebar kepada responden. Dalam hal ini peneliti menggunakan *Mail Questionnaire* melakukan penyebaran kuesioner kepada responden dalam waktu yang telah ditentukan.

Sedangkan, Data sekunder dilakukan dengan mengumpulkan data yang didapat tidak langsung dari responden yaitu berupa skripsi, jurnal, dan beberapa referensi. (Sugiyono, 2012:121).

3.7 Teknik Pengukuran Data

Tabel 3.2 Skala likert

No.	Skala	Bobot
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Setuju (S)	3
4.	Sangat Setuju (SS)	4

Sumber: Skala Likert

Skala likert digunakan untuk mengukur kuesioner yang telah disebar. Menurut Sugiyono (2012:93) persepsi seseorang diukur dengan skala likert. Penggunaan skala likert adalah untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomenal sosial.

3.7.1 Uji Validitas

Untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner, peneliti menggunakan uji validitas dengan data yang diolah menggunakan SPSS for Windows versi 25 menguji tingkat validitas kuisisioner yang telah diberikan. Berikut merupakan kriteria dari Uji Validitas menurut Ghozali (2013). Bila r hitung dinyatakan lebih besar dari rtabel maka dinyatakan valid. Apabila r hitung dinyatakan lebih kecil dari rtabel maka dinyatakan tidak valid, apabila Sig. lebih besar 0,05 maka dinyatakan tidak valid, dan apabila Sig dibawah 0,05 maka dinyatakan valid.

Tabel 3.3 KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.744
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	554.487
	df	153
	Sig.	.000

Sumber: SPSS 25

Hasil uji validitas dilakukan dengan menggunakan KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) yang menunjukkan sebesar 0.744 yang berarti > 0.500 dinyatakan valid, sedangkan untuk hasil dari Bartlett's Test menunjukkan nilai sig. sebesar 0.00 yang menandakan bahwa variabel (X) yaitu pengaruh daya tarik Blackpink sebagai brand ambassador Samsung dinyatakan valid.

Tabel 3.4 KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.671
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	199.106
	df	36
	Sig.	.000

Sumber: SPSS 25

Hasil uji validitas dilakukan dengan menggunakan KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) yang menunjukkan sebesar 0.671 yang berarti > 0.500 dinyatakan valid, sedangkan untuk hasil dari Bartlett's Test menunjukkan nilai sig. sebesar $0.00 < 0.05$ yang menandakan bahwa variabel minat beli pelanggan dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Peneliti menggunakan *Cronbach's Alpha* dalam uji reliabilitas yang akan menunjukkan terdapat atau tidaknya konsistensi antara pertanyaan dan indikator dari pertanyaan - pernyataan tersebut. Bila nilai Alpha lebih besar dari 0,70 berarti butir pertanyaan atau indikator dikatakan reliabel.

Berikut merupakan tabel hasil dari uji reliabilitas variabel pengaruh daya tarik Blackpink sebagai brand ambassador Samsung (X):

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.962	.964	10

Sumber: SPSS 25

Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan *Alpha* sebesar 0.962 dengan jumlah 18 pertanyaan. Maka variabel X dinyatakan valid karena Cronbach's Alpha > 0.700. Lalu, berikut merupakan tabel yang berisi hasil dari variabel minat beli (Y):

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.892	.893	9

Sumber: SPSS 25

Hasil menunjukkan Cronbach's Alpha sebesar 0.892 pada uji reliabilitas variabel Y dengan jumlah pertanyaan sebanyak 9. Maka variabel Y dinyatakan valid karena Cronbach's Alpha > 0.700.

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam mencari pengaruh kedua variabel, maka peneliti menggunakan teknik analisis data uji regresi linear sederhana yang dijabarkan menjadi H_0 yaitu tidak terdapat pengaruh daya tarik Blackpink sebagai *brand ambassador* Samsung terhadap minat beli pelanggan dan H_a terdapat pengaruh daya tarik Blackpink sebagai *brand ambassador* Samsung terhadap minat beli pelanggan.