



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 Sifat Penelitian**

Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat diperoleh menggunakan prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Menurut Kasiram (2008) penelitian kuantitatif merupakan suatu proses dalam menemukan pengetahuan menggunakan angka sebagai data, untuk menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Sujarweni, 2014, h. 39). Penelitian metode kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka, dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2013, h. 35).

Karakteristik penelitian kuantitatif menurut Creswell (2012, h. 13):

- 1) Menggambarkan masalah penelitian melalui deskripsi kecenderungan atau kebutuhan untuk sebuah penjelasan dari hubungan antar variabel
- 2) Memberikan peran penting untuk literatur dengan menyarankan pertanyaan penelitian yang hendak diajukan dan membenarkan masalah penelitian, dan menciptakan kebutuhan untuk arahan (pernyataan tujuan dan pertanyaan penelitian atau hipotesis) dari penelitian
- 3) Membuat pernyataan tujuan, pertanyaan penelitian, dan hipotesis yang spesifik, sempit, terukur, dan dapat diamati

- 4) Mengumpulkan data berupa angka dari jumlah besar orang menggunakan instrumen dengan pertanyaan dan respon yang telah ditetapkan sebelumnya
- 5) Menganalisa tren, membandingkan kelompok, atau menghubungkan variabel menggunakan analisis statistik, dan menginterpretasikan hasil dengan membandingkan dengan prediksi sebelumnya dan penelitian terdahulu
- 6) Menulis laporan penelitian dengan menggunakan standar, membenarkan struktur, dan mengevaluasi kriteria, dan mengambil pendekatan objektif, dan tidak bias.

Untuk menjawab penelitian kuantitatif mengenai mengenai pengaruh *brand ambassador* Raisa Andriana terhadap minat beli Oppo F3 Plus *Selfie Expert*, adapun sifat dari penelitian yang digunakan peneliti yakni eksplanatif. Penelitian eksplanatif selalu bertujuan untuk mencari keterkaitan (hubungan dan pengaruh) antar satu variabel dengan atau terhadap variabel lainnya (Bajari, 2015, h. 47).

Ruslan (2010, h. 13) menyatakan penelitian eksplanatif tidak sekedar memperkecil penyimpangan atau terjadinya bias, namun lebih kepada meningkatkan nilai kepercayaan, bertujuan untuk menguji hipotesis atau hubungan sebab akibat dengan melakukan eksperimen sehingga penelitian eksplanatoris sering disebut juga penelitian eksperimen. Menurut Faisal (2001, dalam Ardianto, 2010, h. 50) terdapat hipotesis dalam penelitian esplanasi yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis tersebut menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel untuk mengetahui apakah suatu variabel berasosiasi atau tidak, disebabkan

atau dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya. Penelitian ini hendak menguji hubungan antar variabel independen *brand ambassador* terhadap minat beli, apakah variabel independen (*brand ambassador*) dipengaruhi oleh variabel dependen (minat beli) dan seberapa besar pengaruhnya.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data valid dengan tujuan dan kegunaan, yang bersifat penemuan, pembuktian, dan pengembangan suatu pengetahuan sehingga hasilnya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah, Sugiyono (2013, h. 2). Menurut Ruslan (2010, h. 22) metode survei merupakan metode pengumpulan data primer dengan memperolehnya secara langsung dari sumber lapangan penelitian. Biasanya pengumpulan data atau informan dan fakta lapangan secara langsung tersebut melalui kuesioner dan wawancara lisan maupun tertulis.

Dalam penelitian ini, metode survei yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini, Bungin (2013, h.130), metode angket atau kuesioner merupakan serangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan, kemudian dikirim kepada responden untuk diisi, yang kemudian dikembalikan kepada peneliti. Ruslan (2010, h. 23) menjelaskan bahwa kuesioner merupakan pengumpulan data penelitian di mana peneliti tidak perlu hadir di kondisi tertentu. Bentuk kuesioner berupa pertanyaan dan jawaban responden dapat dilakukan dengan bentuk

kuesioner lembaran tertulis atau cetak, atau media lain seperti melalui pos surat, *facesmile*, *internet*, pengisian angket di media cetak, serta dapat diletakkan di pusat keramaian di mana banyak responden yang mengunjungi tempat tersebut.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, namun dapat berupa objek dan benda-benda alam. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subyek yang dipelajari, namun meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut (Sugiyono, 2013, h. 148).

Dalam penelitian ini, populasi berada dalam wilayah Jabodetabek. Karakteristik yang ditentukan berdasarkan target market Oppo. Aryo Meidianto, *Media Relations* Oppo Indonesia mengatakan usia yang menjadi target market dari Oppo F3 Plus *Selfie Expert* ialah 18-30 tahun. Target tersebut merupakan kepada kalangan pekerja, termasuk *first jobber*, namun tidak menutup kemungkinan terhadap kalangan mahasiswa yang memiliki kemampuan lebih untuk membeli produk Oppo F3 Plus *Selfie Expert*. Oppo memiliki segmentasi urban di kota-kota besar seperti wilayah Jabodetabek.

Dengan menjunjung tinggi unsur seni dalam teknologi *smartphone* nya, kaum urban di daerah Jabodetabek dapat menjadi target penelitian dikarenakan daerah perkotaan yang tidak luput dari majunya perkembangan dan distribusi teknologi informasi. Selain itu, Jabodetabek dikatakan merupakan salah satu segmen market terbesar Oppo. Dengan tujuk *selfie* dan *group selfie* nya, pecinta *selfie* sendiri tidak terbatas bagi wanita atau pria. Kegiatan *selfie* dilakukan baik pria maupun wanita, terutama *group selfie* yang dapat dilakukan oleh masyarakat luas. Sehingga dapat disimpulkan populasi berdasarkan karakteristik dalam penelitian ini adalah:

- Wanita dan Pria
- Rentang usia 18 – 30 tahun
- Berdomisili Jabodetabek (Jakarta, Tangerang, Bogor, Depok, Bekasi)
- Mengetahui merek Oppo dan eksistensi Raisa Andriana

### **3.3.2 Sampel.**

Sugiyono (2013, h. 149) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dengan adanya keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili populasi.

Sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik non-probabilitas. Sampel non-probabilitas adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013, h. 154). Pada rancangan sampel non-probabilitas, dalam penarikan sampelnya tidak semua unit populasi memiliki kesempatan untuk dijadikan sampel penelitian. dikarenakan sifat populasi yang heterogen sehingga harus ada perlakuan khusus lainnya (Bungin, 2013, h. 112).

Pada penelitian ini teknik sampel yang diambil adalah *purposive sampling*. Bungin (2013, h. 118) teknik *purposive sampling* digunakan pada penelitian yang mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasi dalam menentukan sampel. Dalam menggunakan teknik *purposive sampling* maka diperlukan orang yang pakar terhadap karakteristik populasi. Sampel penelitian merupakan unit-unit populasi yang dianggap “kunci”. Sampel diambil berdasarkan populasi yang sudah digeneralisasi berdasarkan kriteria responden yang cocok dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, populasi berada pada wilayah Jabodetabek dengan mengambil sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan menggunakan *purposive sampling*.

Dikarenakan cakupan wilayah populasi dalam penelitian ini yang cukup besar sehingga sulit diketahui jumlahnya, maka digunakan tabel sampel sebagai acuan memperoleh jumlah sampel. Jumlah sampel diperoleh berdasarkan tabel sampel (terlampir) jika jumlah populasi lebih dari satu

juta, dengan tingkat kesalahan 5% maka sampel sebanyak 349. Maka dari itu diperoleh jumlah minimum sampel yang diperlukan dalam penelitian ini ialah sebanyak 349 responden.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2013, h. 96) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam mempermudah instrument pengukuran, maka definisi setiap variabel disusun dalam tabel operasionalisasi variabel, dengan menyertakan indikator pertanyaan dari setiap variabel. Dimensi variabel dan indikator dijabarkan berdasarkan teori-teori yang mendasarinya.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Brand Ambassador Royan (2004, h. 132)	Attractiveness	Kecantikan	Likert
		Kecerdasan	
		Kepribadian	
		Gaya Hidup	
	Trustworthiness	Dapat dipercaya	
		Ketergantungan	



	Expertise	Pengetahuan	Likert
		Pengalaman	
		Keterampilan	
Minat Beli Ferdinand (2002, h. 129)	Minat Transaksional	Cenderung melakukan pembelian	
	Minat Referensial	Menyarankan orang lain untuk melakukan pembelian	
	Minat Preferensial	Kecenderungan utama terhadap produk	
	Minat Exploratif	Mencari informasi tentang produk	

### 3.4.1 Definisi operasional variabel.

#### 1. Variabel Independen (X)

Merupakan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau

timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2013, h. 96). Maka dari itu dalam penelitian ini *brand ambassador* sebagai variabel independen beserta indikatornya berdasarkan Royan (2004, h. 132):

a) *Attractiveness* – Daya Tarik

*Brand ambassador* memiliki daya tarik fisik, dan karakteristik pendukung lain seperti kecerdasan, sifat-sifat kepribadian, gaya hidup, keatletisan tubuh, dan lain-lain. Penampilan menarik dan pengetahuan yang tinggi mengenai produk dapat membentuk kesan positif dan kepercayaan terhadap konsumen.

Adapun indikator ini dibagikan ke dalam pertanyaan:

X1\_1 Raisa merupakan sosok yang cantik

X1\_2 Raisa berpenampilan menarik

X1\_3 Raisa memiliki kepribadian yang baik

X1\_4 Raisa merupakan sosok yang cerdas

X1\_5 Gaya hidup Raisa sangat modern

b) *Trustworthiness* - Kepercayaan

Merupakan tingkat kepercayaan dan ketergantungan, seperti seseorang dapat dipercaya sehingga konsumen

cenderung memiliki kepercayaan dan ketertarikan terhadap selebriti dan tokoh masyarakat sebagai *brand ambassador* karena memiliki indikator-indikator penting, sehingga dapat mempengaruhi konsumen

X1\_6 Menurut saya Raisa sebagai *brand ambassador* dapat dipercaya untuk mewakili produk Oppo F3 Plus *Selfie Expert*

X1\_7 Menurut saya Raisa dapat meyakini masyarakat terhadap produk Oppo F3 Plus *Selfie Expert*

X1\_8 Menurut saya Raisa menyampaikan pesan terkait produk Oppo F3 Plus *Selfie Expert* secara jujur

c) *Expertise* - Keahlian

Pengetahuan, pengalaman, keterampilan yang dimiliki seorang pendukung mengenai hal dan topik yang diwakilinya. Keahlian tersebut mengacu terhadap informasi yang disampaikan oleh sumber pesan, dengan cara mempresepsikan produk yang dibawakan.

X1\_9 Menurut saya Raisa memiliki pengetahuan yang luas terhadap produk Oppo F3 Plus *Selfie Expert*

X1\_10 Menurut saya Raisa terampil dalam menyajikan informasi terkait produk Oppo F3 Plus *Selfie Expert*

X1\_11 Menurut saya Raisa dapat memberikan gambaran terhadap citra produk Oppo F3 Plus *Selfie Expert* dengan baik

X1\_12 Menurut saya Raisa memiliki pengalaman yang baik di bidangnya sehingga cocok menjadi *brand ambassador*

## 2. Variabel Dependen (Y)

Merupakan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013, h. 97). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah minat beli dengan dimensi dan indikator berdasarkan Ferdinand (2002, h. 129).

### a) Minat Transaksional

Merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk di mana konsumen telah memiliki minat untuk melakukan pembelian suatu produk tertentu yang diinginkan.

Y1\_1 Saya memiliki minat untuk membeli produk Oppo F3 Plus *Selfie Expert* setelah melihat peran Raisa sebagai *brand ambassador* produk tersebut

### b) Minat Referensial

Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain, di mana konsumen yang telah memiliki minat untuk membeli akan menyarankan orang terdekatnya untuk melakukan pembelian produk yang sama.

Y1\_2 Saya tertarik untuk merekomendasikan produk Oppo F3 Plus *Selfie Expert* kepada teman atau kerabat setelah mengetahui peran Raisa dalam brand ambassador produk tersebut

c) Minat Preferensial

Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

Y1\_3 Setelah mengetahui peran Raisa sebagai brand ambassador saya cenderung untuk memilih produk F3 Plus *Selfie Expert* dibanding produk lain

d) Minat Eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Y1\_4 Saya tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk Oppo F3 Plus *Selfie Expert*

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Data primer.**

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan angket atau kuesioner *online* terhadap 349 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Metode angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, sehingga responden dapat memilih jawaban yang telah disediakan oleh peneliti dengan melakukan pembulatan pada pilihan-pilihan jawaban yang telah disediakan. Bungin (2013, h. 130) menyatakan angket langsung tertutup merupakan angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami responden, kemudian alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera di dalam angket. Angket *online* yang disebarluaskan melalui internet dengan *link* yang merujuk kepada angket tersebut.

#### **3.5.2 Data sekunder.**

Data sekunder bertujuan untuk mengumpulkan informasi, teori, dan referensi ilmiah yang mendukung penelitian ini. Penelitian ini membutuhkan sumber informasi, rujukan yang mendukung penelitian yakni

melalui studi kepustakaan dan observasi terhadap sumber-sumber rujukan. Ruslan (2010, h. 31) menyatakan riset kepustakaan merupakan sebuah teknik pengumpulan data melalui jurnal ilmiah, buku referensi, bahan publikasi resmi, hingga *online*. Dalam penelitian ini sumber-sumber merujuk kepada buku, skripsi terdahulu, jurnal, artikel *online* resmi, serta website resmi terkait penelitian.

### **3.6 Teknik Pengukuran Data**

Dalam pengukuran data, alat ukur yang digunakan dalam angket penelitian ini adalah menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala sebagai pengukuran tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan yang berkaitan dengan suatu objek yang berupa tingkatan-tingkatan (Hermawan, 2009, h. 132). Skala *likert* merupakan pilihan jawaban yang tertera dalam butir-butir pertanyaan kuesioner, yang dipilih responden di setiap jawaban pertanyaan. Pengukuran data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan statistik SPSS 24.

Skala *likert* dibagi ke dalam lima preferensi jawaban. Skala memiliki bobot tersendiri berdasarkan tingkatan terendah hingga tertinggi dengan nilai ketentuan 1 hingga 5 pada masing-masing jawaban.

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Data Sekunder dan Olahan Peneliti

### 3.6.1 Uji validitas.

Menurut Sugiyono, (2013, h. 202) hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data dinyatakan valid. Valid artinya instrument dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2013. h. 203).

Ghozali (2013, h. 52) menyatakan 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. Pada



intinya, validitas hendak mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang telah dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Ardianto (2010, h. 188) mengatakan bahwa validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mengukur sesuatu. Untuk menguji validitas ada beberapa langkah yang harus dilakukan, yakni:

- 1) Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur
- 2) Melakukan uji coba skala pengukur tersebut pada sejumlah responden
- 3) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban
- 4) Menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*

(Ardianto, 2010, h. 189).

#### 3.6.1.1 Uji instrumen validitas data *pre-test*.

Uji validitas dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke sejumlah 30 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$ . Untuk penelitian ini, uji validitas menggunakan sampel dari 30 responden, jumlah tersebut dianggap cukup. Besar  $df$  dengan  $30 - 2 = 28$ , dan  $\alpha$  5% didapat  $r_{tabel} = 0.361$ . Pengukuran dilakukan menggunakan SPSS (*Statistic Package Social Science*) versi 24. Dapat disimpulkan bahwa:

- Pertanyaan dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > 0.361$  dengan signifikansi  $< 0.05$

- Pertanyaan dinyatakan tidak valid apabila  $r_{hitung} < 0.361$  dengan signifikansi  $> 0.05$ .

Tabel 3.3 Hasil Hitung Uji Validitas Data *Pre-Test* Variabel X  
(*Brand Ambassador*)

Item Pertanyaan	Nilai Pearson Correlation ( $r_{hitung}$ )	r Tabel (signifikansi 0.05)	Sig.	Keterangan
X1_1	.650	.361	.000	Valid
X1_2	.657		.000	Valid
X1_3	.606		.000	Valid
X1_4	.807		.000	Valid
X1_5	.757		.000	Valid
X1_6	.537		.002	Valid
X1_7	.787		.000	Valid
X1_8	.741		.000	Valid
X1_9	.799		.000	Valid
X1_10	.754		.000	Valid
X1_11	.681		.000	Valid
X1_12	.768		.000	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2017

Setelah dilakukan uji validitas kepada 30 responden dengan butir pertanyaan variabel X sebanyak 12 butir, tabel 3.3 menunjukkan bahwa hasil 12 butir pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > 0.361$ ). Kemudian butir pertanyaan memiliki signifikansi kurang dari 0.05 ( $sig. < 0.05$ ). Maka dari itu 12 butir pertanyaan variabel X dimensi *brand ambassador* dinyatakan valid.

Tabel 3.4 Hasil Hitung Uji Validitas Data *Pre-Test* Variabel Y  
(Minat Beli)

Item Pertanyaan	Nilai Pearson Correlation (r hitung)	r Tabel (signifikansi 0.05)	Sig.	Keterangan
Y1.1	.922	.361	.000	valid
Y2.2	.923		.000	valid
Y3.3	.932		.000	valid
Y4.4	.849		.000	valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2017

Variabel Y dengan dimensi minat beli memiliki 4 butir pertanyaan. Setelah diujikan dengan hasil jawaban dari 30 responden, tabel 3.4 menunjukkan bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > 0.361$ ) dengan signifikansinya kurang dari 0.05 ( $sig. < 0.05$ ). Sehingga seluruh butir pertanyaan pada variabel Y dapat dinyatakan valid.

### 3.6.2 Uji reliabilitas.

Ghozali (2013, h. 47) menyatakan uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ardianto (2010, h. 189) menyatakan reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau

diandalkan. Bilamana suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan pengukuran ulang, atau pengukuran sekali saja. Pengukuran sekali saja dilakukan dengan menggunakan SPSS. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0.70 (Ghozali, 2013, h. 48). Selain itu hasil perhitungan nilai *Cronbach Alpha* dapat dibandingkan dengan nilai pada tabel keandalan (reliabilitas *Cronbach Alpha*):

Tabel 3.5 Tabel Reliabilitas Berdasarkan Tingkat Alpha

<b>Alpha</b>	<b>Tingkat Reliabilitas</b>
0.00 - 0.20	Kurang reliabel
0.20 - 0.40	Agak reliabel
0.40 - 0.60	Cukup reliabel
0.60 - 0.80	Reliabel
0.80 - 1.00	Sangat reliabel

### 3.6.2.1 Uji Instrumen Reliabilitas Data *Pre-test*

Tabel 3.6 Hasil Hitung Uji Reliabilitas Data *Pre-Test* Variabel

X (*Brand Ambassador*)

*Cronbach's Alpha Reliability Statistics*

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.909	.912	12

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2017

Setelah dilakukan uji reliabilitas pada variabel X, dapat dilihat pada tabel 3.6 bahwa dihasilkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0.909. Dicocokkan dengan tabel apha 3.5, maka dapat dinyatakan bahwa variabel X (*brand ambassador*) bersifat sangat reliabel.

Tabel 3.7 Hasil Hitung Uji Reliabilitas Data *Pre-Test* Variabel

Y (*Minat Beli*)

*Cronbach's Alpha Reliability Statistics*

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.926	.928	4

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2017

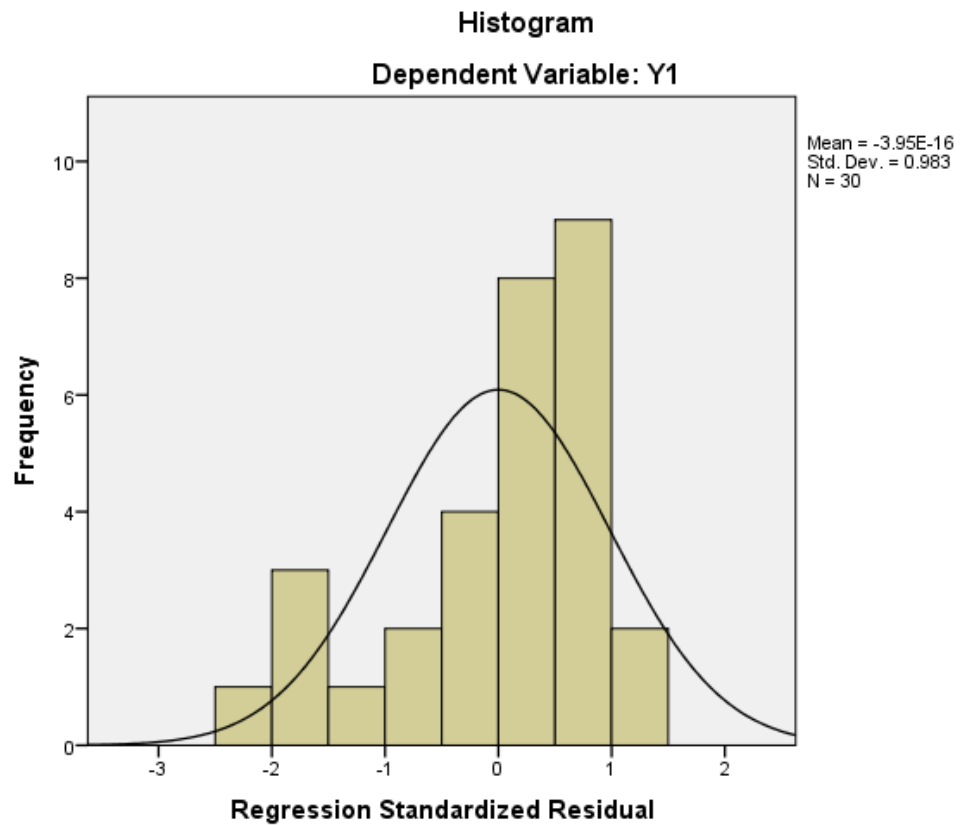
Setelah dilakukan uji reliabilitas pada variabel Y, dapat dilihat pada tabel 3.7 bahwa dihasilkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0.926. Dicocokkan dengan tabel alpha 3.5, maka dapat dinyatakan bahwa variabel Y (minat beli) bersifat sangat reliabel.

### **3.6.3 Uji normalitas.**

Sugiyono (2013, h. 271) menyatakan hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji dengan Statistik Parametris dengan menggunakan t-test pada satu sampel, korelasi dan regresi, analisis varian dan t-test untuk dua sampel. Penggunaan statistik parametris mensyaratkan bahwa data setiap variabel sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka perlu dilakukan pengujian normalitas data.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal (Ghozali, 2013, h. 154). Uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat melalui gambar sebagai berikut:

Gambar 3.1 Uji Normalitas Grafik Histogram

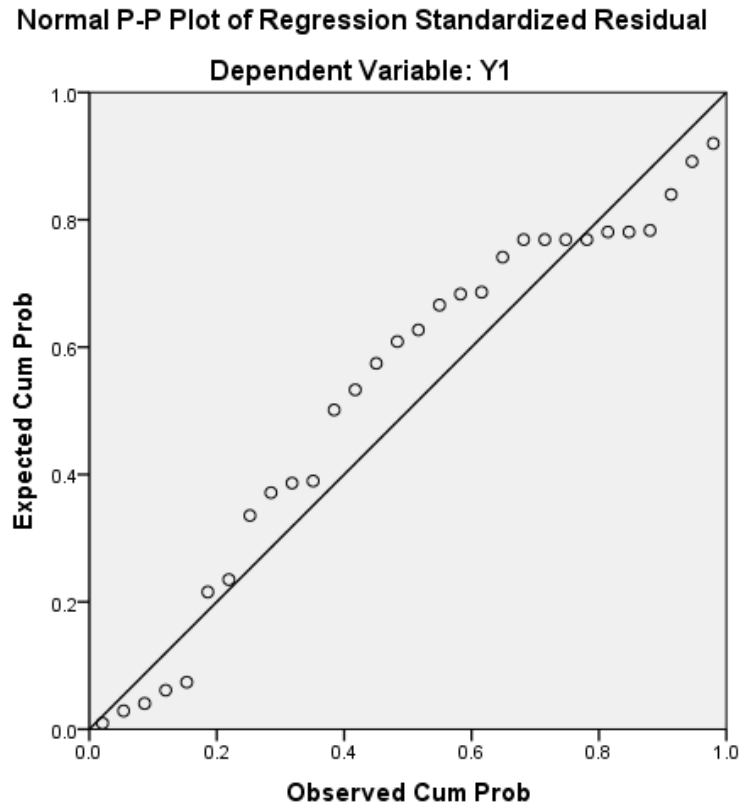


Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2017

Hasil tampilan grafik histogram gambar 3.1 menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

UMMN

Gambar 3.2 Uji Normalitas *Probability Plot*



Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2017

Ghozali (2013, h. 154) mengatakan *probability plot* membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi yang normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Pada grafik *probability plots* gambar 3.4 terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar diagonal dan mengikuti bentuk diagonal. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa data berdistribusi secara normal.



Untuk mendeteksi normalitas data, dapat dilakukan dengan cara non-parametrik statistik, yakni menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Untuk melakukan uji tersebut, perlu ditentukan terlebih dahulu hipotesis pengujian:

Hipotesis Nol ( $H_0$ ) : Data terdistribusi secara normal, dengan nilai sig. > 0.05

Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) : Data tidak terdistribusi secara normal, dengan nilai sig. < 0.05

Tabel 3.8 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Standardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98260737
Most Extreme Differences	Absolute	.144
	Positive	.113
	Negative	-.144
Test Statistic		.144
Asymp. Sig. (2-tailed)		.115 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2017

Output pada tabel 3.8 menunjukkan signifikansi sebesar 0.115, yakni lebih besar dari 0.05 ( $0.115 > 0.05$ ). Maka dari itu hipotesis alternatif ( $H_a$ )

ditolak dan  $H_0$  diterima, yang artinya. Sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi secara normal.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan data-data hasil jawaban kuesioner dengan jumlah responden yang telah ditentukan disertai dengan data sekunder lainnya. Analisis data digunakan menggunakan skala *likert* yang diberikan bobot nilai 1 hingga 5 Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), Sangat Setuju (5). Dengan bobot skala *likert* diperoleh rentan skala interval untuk memperoleh nilai *mean* sebagai alat untuk mengukur nilai jawaban persepsi responden terhadap data kuesioner.

$$\begin{aligned} \text{Rentan skala interval} &= \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Nilai tertinggi}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

Tabel 3.9 Interpretasi Tabel Mean

Jawaban Responden	Nilai	Kategori
1	$1.00 < X < 1.8$	STS
2	$1.8 < X < 2.6$	TS
3	$2.6 < X < 3.4$	N
4	$3.4 > X < 4.2$	S
5	$4.2 > X < 5$	SS

### 3.7.1 Uji korelasi.

Bungin (2013, h. 210) mengatakan koefisien korelasi adalah nilai hubungan atau korelasi antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Nilai koefisien korelasi digunakan sebagai pedoman untuk menentukan hipotesis dapat diterima atau ditolak dalam suatu penelitian. Ghozali (2013, h. 93) mengatakan analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi atau hubungan linear antara dua variabel. Analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Menurut Ardianto (2010, h. 50) nilai korelasi bergerak dari  $0 \geq 1$  atau  $1 \leq 0$ . Metode korelasi bertujuan meneliti sejauh mana variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Korelasi antara dua variabel disebut dengan *simple correlation*. Dalam penelitian ini, maka korelasi yang diuji ialah antara variabel independen (*brand ambassador*) dengan variabel dependen (minat beli).

### 3.7.2 Uji regresi.

Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2013, h. 94). Untuk mengukur pengaruh antara dua variabel (independen dan dependen) maka digunakan uji regresi linear sederhana. Dalam penelitian ini, hanya terdapat variabel yaitu satu variabel independen (*brand ambassador*) dan satu

variabel dependen (minat beli). Maka uji dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$Y' = a + bX_1$$

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Konstanta (bila X = 0) / *brand ambassador Raisa Andriana*

Y = nilai yang diprediksikan / minat beli Oppo F3 Plus *Selfie Expert*

Untuk menghitung nilai a dan nilai b maka digunakan rumus sebagai berikut:

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

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

UMMN

### 3.7.3 Uji hipotesis.

Uji hipotesis digunakan untuk membuktikan signifikan tidaknya antara variabel *brand ambassador* (X) terhadap minat beli (Y). Hipotesis statistik dilakukan dengan menggunakan uji t.  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikan 0.05 atau 5%.

Ho : Tidak terdapat pengaruh positif *brand ambassador* Raisa Andriana terhadap minat beli Oppo F3 Plus *Selfie Expert*

Ha : Terdapat pengaruh positif *brand ambassador* Raisa Andriana terhadap minat beli Oppo F3 Plus *Selfie Expert*

Ho :  $\beta_1 = 0$ , dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$

Ha :  $\beta_1 \neq 0$ , dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$

UMMN