



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

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Dengan judul penelitian Pengaruh Pemilihan EXO Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Tingkat *Brand Image* Nature Republic (Survei pada *followers* Instagram @naturerepublic.id), peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan paradigma positivistik. Menurut Hermawan (2006, p. 18) penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang bersifat objektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik. Pendekatan ini akan memperoleh data yang berbentuk angka. Menurut Kriyantono (2009, p. 68), penelitian eksplanatif bertujuan untuk mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi dan ingin melihat apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Menurut Neumann (2012, p. 109) paradigma positivistik berfungsi untuk melihat sebab-akibat yang dapat digunakan untuk memprediksi pola umum aktivitas manusia.

3.2 Metode Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian, peneliti menggunakan metode survei. Metode survei dalam penelitian digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi tentang populasi yang besar dengan menggunakan sampel yang relatif kecil sebagai perwakilan. Populasi tersebut berkenaan dengan orang, instansi,

lembaga, organisasi, unit-unit kemasyarakatan, namun sumber utamanya adalah manusia. Ada tiga karakteristik utama dari teknik survei:

1. Informasi dikumpulkan dari sekelompok besar orang untuk mendeskripsikan beberapa aspek atau karakteristik tertentu seperti kemampuan, sikap, kepercayaan, pengetahuan dari populasi.
2. Informasi diajukan melalui pengajuan pertanyaan dari suatu populasi.
3. Informasi diperoleh dari sampel, bukan dari populasi.

Menurut Sugiyono (2013, p. 11) metode survei adalah penelitian yang menggunakan angket sebagai alat penelitian dan dilakukan pada populasi yang ada, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiono (2002, p. 32) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi sasaran menurut Nur dan Bambang (2002, p. 119) adalah populasi spesifik yang relevan dengan tujuan dan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram @naturerepublic.id yang berjumlah 328.000.

Gambar 3.1 Followers Instagram Nature Republic



Sumber: Hasil *screenshot profile* Instagram Nature Republic

3.3.2 Sampel

Menurut Richard dan Lynn (2008, p. 79) sampel adalah sekelompok orang yang dipilih untuk mewakili suatu populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan *non-probability sampling* menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014, p. 120) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Lebih lanjut, Sugiyono (2014, p. 122) menjelaskan bahwa teknik *purposive sampling* adalah penentuan sampel dengan perbandingan tertentu.

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dikarenakan tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang telah peneliti targetkan. Kriteria-kriteria yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perempuan berusia 17-25 tahun
2. Mengetahui EXO sebagai *Brand Ambassador* Nature Republic

3. Pernah menggunakan produk Nature Republic.

Menurut Hair *et al.*, (2006, p. 98) banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang digunakan pada kuesioner dengan asumsi $N = n \times 5$. (N =populasi, n =banyaknya indikator). Dalam penelitian ini jumlah item pernyataan adalah 26, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 130 responden ($26 \times 5 = 130$).

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

NO	VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	PERNYATAAN	SKALA
1	Variabel X <i>Brand Ambassador</i> (Lea Greenwood, 2012)	<i>Transference</i>	Keterkaitan selebriti dalam mendukung suatu merek.	1. Menurut Saya, EXO mempunyai <i>influence</i> (pengaruh) yang besar. 2. Bidang keahlian anggota EXO yang beragam (penyanyi, aktor, bintang iklan, dan lain-lain) dapat mewakili <i>Brand Image</i> Nature Republic 3. Menurut Saya, EXO sebagai <i>Brand Ambassador</i> dapat membawakan perannya dengan baik.	Likert (1-4)
		<i>Congruence</i>	Selebriti memiliki kecocokan dengan sebuah merek.	1. Saya mengetahui EXO sebagai <i>public figure</i> dengan pekerjaan yang	Likert (1-4)

				<p>beragam (penyanyi, aktor, bintang iklan, dan lain-lain).</p> <p>2. Menurut Saya, EXO sebagai <i>public figure</i> selalu memperhatikan perawatan kulit.</p>	
		<i>Credibility</i>	<p>Selebriti memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keahlian yang sesuai sehingga informasi dapat dipercaya.</p>	<p>1. Menurut Saya, EXO dapat menyampaikan informasi tentang Nature Republic dengan baik.</p> <p>2. Menurut Saya, EXO dapat menyampaikan informasi tentang Nature Republic dengan menarik.</p> <p>3. Menurut Saya, EXO sebagai <i>boyband</i> dari Korea mampu meyakinkan kualitas produk Nature Republic yang berasal dari Korea</p> <p>4. Menurut Saya, informasi yang disampaikan EXO dapat dipahami dengan mudah</p> <p>5. Menurut Saya, informasi yang disampaikan oleh EXO mengenai Nature Republic dapat</p>	

				dipercaya.	
		<i>Attractiveness</i>	Daya tarik selebriti dikatakan menarik sebagai penunjang suatu produk.	<p>1. Menurut Saya, EXO memiliki penampilan fisik yang menarik</p> <p>2. Saya tertarik untuk mengikuti setiap aktifitas yang dilakukan oleh EXO</p> <p>3. Menurut Saya, EXO adalah sosok artis yang mempunyai daya tarik sehingga dapat dipilih sebagai <i>Brand Ambassador</i></p>	Likert (1-4)
		<i>Power</i>	Kekuatan dan kharisma yang dimiliki selebriti dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menggunakan produk.	<p>1. Menurut Saya, faktor popularitas EXO dapat menarik perhatian konsumen</p> <p>2. Menurut Saya, faktor popularitas EXO dapat mengingatkan konsumen terhadap produk merek Nature Republic</p> <p>3. Menurut Saya, EXO memiliki kharisma yang mampu menarik konsumen</p>	Likert (1-4)
2	Variabel Y <i>Brand Image</i>	<i>Strength of Brand</i>	Keunggulan yang dimiliki	1. Menurut Saya, merek Nature	Likert (1-4)

	(Kevin Lane Keller, 2013)	<i>Association</i>	<i>brand.</i>	<p>Republic berkualitas sebagai produk perawatan kulit Korea.</p> <p>2. Menurut Saya, merek Nature Republic merupakan <i>pioneer</i> perawatan kulit Korea.</p> <p>3. Menurut Saya, kualitas produk perawatan kulit Korea merek Nature Republic sepadan dengan harga yang ditawarkan.</p>	
		<i>Favorable</i>	Penilaian positif terhadap <i>brand.</i>	<p>1. Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea yang terpercaya.</p> <p>2. Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea yang dapat menarik minat konsumen.</p> <p>3. Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea yang memiliki varian yang beragam.</p> <p>4. Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea yang</p>	Likert (1-4)

				memiliki varian yang menarik.	
		<i>Uniqueness</i>	Ciri khas yang dimiliki oleh <i>brand</i> sehingga dapat dibedakan dengan <i>brand</i> lain.	<p>1. Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea dengan bahan yang khas (Indonesia Marine Collagen, Madagascar Baobab, Provence Calendula, dan lain-lain).</p> <p>2. Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea yang memaksimalkan pemanfaatan alam pada setiap produknya.</p> <p>3. Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea yang sangat sesuai dengan kebutuhan perawatan kulit anak muda jaman sekarang.</p>	Likert (1-4)

Sumber: Peneliti

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua macam data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yakni data primer dan sekunder:

1. Data Primer

Peneliti menggunakan metode survei kepada *followers* Instagram @naturerepublic.id

2. Data Sekunder

Selain menggunakan survei lapangan, peneliti juga menggunakan studi pustaka dalam menemukan teori pendukung sebagai teknik pengumpulan data sekunder penelitian ini.

Data primer akan peneliti dapatkan menggunakan kuesioner tertutup menggunakan skala pengukuran Likert. Skala Likert menurut Sugiyono (2012, p. 132) adalah alat yang digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan.

3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Reliabilitas

Kriyantono (2009, h. 133) mengatakan bahwa pengukuran merupakan upaya pemberian tanda berupa angka atau bilangan pada objek atau peristiwa dengan berpegang pada aturan-aturan tertentu. Pengukuran ini akan memberikan nilai-nilai pada variabel dalam bentuk notasi bilangan.

Peneliti menggunakan skala ordinal untuk mengukur dan memberikan informasi nilai pada jawaban dengan kriteria pemberian skor untuk alternatif jawaban setiap item sebagai berikut:

1. Skor 4 untuk jawaban sangat setuju,
2. Skor 3 untuk jawaban setuju,
3. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju,
4. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju.

Tabel 3.2 Skala Likert

Interval	Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.6.1 Uji Validitas

Perlu dilakukan pengujian validitas sebelum digunakannya instrumen penelitian untuk mengumpulkan data. Sugiyono (2012, p. 121) menjelaskan bahwa hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Pengujian instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan skor total konstruk.

Peneliti menggunakan rumus teknik korelasi *pearson product moment* untuk mengukur variabel konstruk dalam mencari korelasi sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Sumber: Sujarweni (2012, p. 177)

Keterangan :

- r = koefisien korelasi pearson validitas
- x = skor tanggapan responden atas setiap pertanyaan
- y = skor tanggapan responden atas seluruh pertanyaan
- n = banyaknya jumlah atau subyek responden

Berikut terdapat hasil uji validitas pre-test kuesioner peneliti kepada 30 (tiga puluh) responden.

Tabel 3.3 Hasil *pre-test* variabel X dan Y

		PEARSON	SIG.	KETERANGAN
X.1	EXO mempunyai influence (pengaruh) yang besar	.439*	0.015	Valid
X.2	Bidang keahlian anggota EXO yang beragam (penyanyi, aktor, bintang iklan, dan lain-lain) dapat mewakili <i>brand image</i> Nature Republic	.558**	0.001	Valid
X.3	EXO sebagai <i>brand ambassador</i> dapat membawakan perannya dengan baik	.522**	0.003	Valid
X.4	Saya mengetahui EXO sebagai <i>public figure</i> dengan pekerjaan yang beragam (penyanyi, aktor, bintang iklan, dan lain-lain).	.420*	0.021	Valid
X.5	EXO sebagai <i>public figure</i> selalu memperhatikan perawatan kulit	.402**	0.028	Valid
X.6	EXO dapat menyampaikan informasi tentang Nature Republic dengan baik	.624**	0.000	Valid
X.7	EXO dapat menyampaikan informasi tentang Nature Republic dengan menarik	.711**	0.000	Valid
X.8	EXO sebagai <i>boyband</i> dari Korea mampu meyakinkan kualitas produk Nature Republic yang berasal dari Korea	.568**	0.001	Valid

X.9	Informasi yang disampaikan EXO dapat dipahami dengan mudah	.499**	0.005	Valid
X.10	Informasi yang disampaikan oleh EXO mengenai Nature Republic dapat dipercaya	.634**	0.000	Valid
X.11	EXO memiliki penampilan fisik yang menarik	.452*	0.012	Valid
X.12	Saya tertarik untuk mengikuti setiap aktifitas yang dilakukan oleh EXO	.554**	0.001	Valid
X.13	EXO adalah sosok artis yang mempunyai daya tarik sehingga dapat dipilih sebagai <i>Brand ambassador</i>	.515**	0.004	Valid
X.14	Faktor popularitas EXO dapat menarik perhatian konsumen	.612**	0.000	Valid
X.15	Faktor popularitas EXO dapat mengingatkan konsumen terhadap produk merek Nature Republic	.507**	0.004	Valid
X.16	EXO memiliki kharisma yang mampu menarik konsumen	.626**	0.000	Valid
Y.1	Merek Nature Republic berkualitas sebagai produk perawatan kulit Korea	.602**	0.000	Valid
Y.2	Merek Nature Republic merupakan <i>pioneer</i> perawatan kulit Korea	.584**	0.001	Valid
Y.3	Kualitas produk perawatan kulit Korea merek Nature Republic sepadan dengan harga yang ditawarkan	.714**	0.000	Valid
Y.4	Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea yang terpercaya	.678**	0.000	Valid
Y.5	Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea yang dapat menarik minat konsumen	.645**	0.000	Valid
Y.6	Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea yang memiliki varian yang beragam	.668**	0.000	Valid
Y.7	Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea yang memiliki varian yang menarik	.663**	0.000	Valid

Y.8	Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea dengan bahan yang khas (Indonesia Marine Collagen, Madagascar Baobab, Provence Calendula, dan lain-lain)	.670**	0.000	Valid
Y.9	Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea yang memaksimalkan pemanfaatan alam pada setiap produknya	.549**	0.002	Valid
Y.10	Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea yang sangat sesuai dengan kebutuhan perawatan kulit anak muda jaman sekarang	.753**	0.000	Valid

Sumber: Hasil penelitian SPSS peneliti

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012, p. 121) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Menurut Imam Ghozali (2011, p. 48) pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang: di sini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. *One Shot* atau pengukuran sekali saja: disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau pengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α).

Menurut Sekaran dalam Wibowo (2012, p. 53) kriteria penilaian uji reliabilitas jika reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Beberapa peneliti berpengalaman merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien pada tabel berikut ini:

Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	<0,20	Sangat Rendah
2	0,20 - 0,399	Rendah
3	0,40 - 0,599	Cukup
4	0,60 - 0,799	Tinggi
5	0,80 - 1,00	Sangat Tinggi

Sumber: Wibowo (2012, p. 53)

Penelitian dilakukan menggunakan pengukuran reliabilitas cara *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dibantu dengan SPSS untuk uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Hasil dari pengujian tersebut akan menentukan pernyataan atau instrumen yang digunakan reliabel atau tidak. Berikut terdapat hasil uji reliabilitas pre-test kuesioner peneliti kepada 30 (tiga puluh) responden.

Tabel 3.5 Hasil *Pre-Test* Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.885	16

Sumber: Hasil penelitian SPSS peneliti

Dapat dilihat dari hasil uji reliabilitas tabel di atas, angka *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas pernyataan-pernyataan variabel X peneliti sebesar

0,885. Ini berarti pernyataan variabel X peneliti sudah sangat tinggi reliabilitasnya.

Tabel 3.6 Hasil *Pre-Test* Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.927	10

Sumber: Hasil penelitian SPSS peneliti

Dapat dilihat dari hasil uji reliabilitas tabel di atas, angka *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas pernyataan-pernyataan variabel Y peneliti sebesar 0,927. Ini berarti pernyataan variabel Y peneliti sudah sangat tinggi reliabilitasnya.

Tabel 3.7 Hasil *Pre-Test* Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.922	26

Sumber: Hasil penelitian SPSS peneliti

Dapat dilihat dari hasil uji reliabilitas tabel di atas, angka *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas keseluruhan pernyataan-pernyataan variabel X dan Y peneliti sebesar 0,922. Ini berarti pernyataan peneliti sudah sangat tinggi reliabilitasnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Normalitas

Untuk menganalisis data, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah menguji normalitas data sehingga dapat diketahui apakah data yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak normal. Sugiyono (2012, p. 24) mengatakan bahwa apabila data yang dihasilkan normal, maka menggunakan statistik parametrik, dan apa bila tidak berdistribusi normal maka menggunakan data statistik nonparametrik. Uji normalitas menggunakan SPSS 25.

3.7.2 Korelasi

Menurut Santoso (2010, p. 141) korelasi termasuk analisis bivariant, karena menyangkut hubungan antara dua variabel, di mana variabel-variabel tersebut dianalisis bersama-sama. Analisis korelasi bertujuan untuk mempelajari apakah ada hubungan antara dua variabel atau lebih. Secara spesifik, tujuan analisis korelasi adalah ingin mengetahui apakah di antara dua variabel terdapat hubungan dan jika ada hubungan, bagaimana arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut. Peneliti menggunakan korelasi Spearman dan Kendall karena data yang didapat adalah data Ordinal.

Tabel 3.8 Nilai Koefisien Korelasi

Kurang dari 0,20	Hubungan rendah sekali
0,20-0,39	Hubungan rendah tapi pasti
0,40-0,70	Hubungan yang cukup berarti
0,71-0,90	Hubungan yang tinggi dan kuat
Lebih dari 0,90	Hubungan yang sangat tinggi; kuat sekali; dapat diandalkan

Sumber: Kriyantono (2009, p. 171)

3.7.3 Regresi Linear

Gujarati (Ghozali, 2011, p. 95) menjelaskan bahwa analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Analisis regresi pada penelitian ini dilakukan dengan Regresi Linear Sederhana dikarenakan terdapat dua variabel riset yang sudah diketahui nama variabel bebas dan variabel terikat, dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA