

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini menggunakan paradigma *positivistic*. Penelitian kuantitatif didasari pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel (Sugiyono, 2019). Penelitian kuantitatif tertuju pada pengumpulan data dalam suatu penelitian serta menganalisis data dalam bentuk angka. Penelitian kuantitatif lebih menjabarkan mengenai hubungan antar variabel. Penelitian ini bersifat eksplanatif dengan tujuan mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih dalam penelitian ini (Ghozali, 2018). Dengan kata lain penelitian ini menjelaskan serta menjabarkan teori yang digunakan dan menghitung hasil dari variabel yang telah di dapatkan supaya dapat menemukan bukti dari hipotesa yang dicari.

#### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei. Metode survei adalah riset yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan data yang alamiah dalam suatu populasi. Dalam metode survei, terdapat tiga cara yakni menyebarkan kuesioner, melakukan wawancara, serta *test* (Sugiyono, 2019). Metode ini dipilih untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan *brand ambassador* Pevita Pearce terhadap loyalitas pemain *game* PUBG Mobile di Jakarta. Penelitian ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner ini dilakukan kepada responden yang masuk dalam populasi yang dituju.

Dalam penelitian ini skripsi melakukan uji validitas dan uji realibilitas kepada 40 responden untuk melakukan uji sampel. skripsi telah membuat beberapa pernyataan yang dijawab oleh responden, dalam bentuk angket yang tertutup atau menggunakan teknik pilihan ganda yang sudah ada pilihan jawabannya. Teknik angket ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan *brand ambassador* kepada loyalitas pemain *game* PUBG Mobile.

Kuesioner adalah sekumpulan pertanyaan yang diisi oleh responden. Pertanyaan tersebut dijabarkan berdasarkan variabel yang diteliti, kemudian menjadi dimensi dan indikator, sehingga tercipta pertanyaan yang sesuai. Jenis kuesioner dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, yang telah disediakan pilihan jawaban, sehingga responden dapat memilih jawaban sesuai pendapatnya. Untuk bobot penilaian yang digunakan adalah penilaian dari “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju” (1 sampai 6) dengan menggunakan skala *Likert*.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Dalam suatu penelitian dibutuhkan populasi dan sampel. Populasi adalah wilayah general yang mempunyai karakter objek atau subjek tertentu (Sugiyono, 2019). Target populasi merupakan istilah dari *element*, *sampling unit*, *extent*, dan *time frame* (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017).

1. *Element* merupakan objek yang mempunyai kesamaan hubungan antara informasi yang diinginkan, *element* penelitian ini adalah responden yang masih bermain *game* PUBG Mobile karena itu adalah target dari penelitian ini.
2. *Sampling unit* merupakan perwakilan populasi yang dijadikan sampel. *Sampling unit* dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki durasi bermain *game* PUBG Mobile < 1 sampai > 3 jam dalam sehari, memiliki frekuensi bermain kisaran 1 sampai > 5 kali dalam sehari.
3. *Extent* merupakan batasan wilayah *geology*. *Extent* dari penelitian ini adalah Jakarta. Skripsi memilih pemain *game* PUBG Mobile yang berdomisili Jakarta karena tim dari Jakarta berhasil meraih medali Emas PON XX 2021, selain itu Jakarta merupakan ibukota dari Indonesia, maka banyak sekali *team e-sport* yang berada di daerah Jakarta.
4. *Time frame* merupakan periode waktu yang dilakukan dalam suatu penelitian, penelitian ini dilakukan tahun 2022.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah jumlah serta karakteristik yang terdapat pada populasi. Sampel merupakan teknik pengambilan data yang dimulai dari proses merancang cara pengambilan sampel supaya menjadi sebuah sampel yang representatif dengan berusaha mengenal karakter tersendiri dalam populasi (Sugiyono, 2019). Adanya pembagian teknik *sampling* yaitu sebagai berikut:

1. *Probability Sampling*

Memberikan peluang yang sama kepada setiap bagian dalam populasi yang nantinya ditentukan untuk menjadi sampel.

2. *Non probability Sampling*

Tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap unsur dalam populasi yang nantinya ditentukan untuk menjadi sampel.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah jenis *purposive sampling*, merupakan teknik penentuan sampel dengan sebuah pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena elemen populasi perlu memenuhi beberapa kriteria yang telah ditentukan, sebelum dapat dikatakan menjadi sampel. Kriteria yang dimaksud adalah

1. Pemain *game* PUBG Mobile
2. Berdomisili Jakarta
3. Berusia 15-39 tahun
4. Memiliki durasi bermain *game* PUBG Mobile < 1 sampai > 3 jam dalam sehari
5. Memiliki frekuensi bermain kisaran 1 sampai > 5 kali dalam sehari

Menurut Malhotra (2017), *sampling size* adalah jumlah *elemen* yang disertakan dalam penelitian dan ditentukan secara statistik. Dalam menentukan sampel, skripsi menggunakan rumus dari (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017) yang umumnya dipilih dalam bagian pemasaran, dengan tujuan mengetahui seberapa besar jumlah sampel yang perlu diambil untuk menjadi responden.

Table 14.2 Usual sample sizes used in marketing research studies		
Type of study	Minimum size	Typical range
Problem identification	500	1,000–2,500 research (e.g. market potential)
Problem-solving research	200	300–500 (e.g. pricing)
Product tests	200	300–500
Test marketing studies	200	300–500
TV, radio, print or online advertising	150	200–300 (per advertisement tested)
Test-market audits	10 stores	10–20 stores
Focus groups	6 groups	6–12 groups

Gambar 3. 1 Ukuran Sampel Malhotra

Penelitian dalam bagian pemasaran memiliki nilai ideal 300-500 orang (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Maka dari itu skripsi memilih untuk melakukan penyebaran kuesioner kepada 300 orang. Dalam penelitian ini 300 responden tersebut merupakan pemain *game* PUBG Mobile di Jakarta.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Pada dasarnya variabel adalah segala bentuk kegiatan, objek, ataupun atribut yang sudah ditentukan untuk diteliti, untuk mendapatkan informasi (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini terdapat variabel *independent* dan variabel *dependent*. Dalam penelitian ini skripsi menyimpulkan bahwa variabel X adalah *brand ambassador* dan variabel Y adalah loyalitas pemain *game* PUBG Mobile.

#### 3.4.1.1 Variabel *Independent*

Variabel *independent* merupakan variabel bebas. Variabel bebas menjadi sebab dari berubahnya variabel terikat atau *dependent* (Sugiyono, 2019). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *brand ambassador* (X).

#### 3.4.1.2 Variabel *Dependent*

Variabel *dependent* merupakan variabel terikat. Variabel terikat atau *dependent* merupakan hasil dari pengaruh variabel bebas atau *independent* (Sugiyono, 2019). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pemain *game* PUBG Mobile (Y).

Tabel 3. 1 Operasional Variabel X

<b>VARIABEL: BRAND AMBASSADOR</b>		
(VisCAP Model Rositter dan Percy, 1997 dalam (Kertamukti, 2015)		
<b>DIMENSI</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>PERNYATAAN</b>
<b>Visibility</b>	Kepopuleran di mata khalayak ( <i>Popularity</i> )	Pevita Pearce dikenal sebagai aktris yang populer
		Pevita Pearce dikenal sebagai aktris yang berbakat
	Tingkat frekuensi tampilnya di mata khalayak ( <i>Appearances</i> )	Pevita Pearce merupakan aktris yang sering tampil di televisi
		Pevita Pearce merupakan aktris yang sering tampil di media social
<b>Credibility</b>	Keahlian sebagai brand ambassador ( <i>Expertise</i> )	Pevita Pearce memiliki wawasan yang baik mengenai <i>mobile game</i>
		Pevita Pearce memiliki kemampuan yang baik dalam bermain <i>mobile game</i>
	Objektivitas sebagai brand ambassador	Pevita Pearce mampu menyampaikan wawasannya tentang PUBG Mobile
		Pevita Pearce mampu meyakinkan penggemarnya untuk bermain PUBG Mobile
<b>Attraction</b>	Daya tarik fisik di mata khalayak	Pevita Pearce memiliki paras wajah yang cantik
		Pevita Pearce sebagai wanita memiliki gaya penampilan yang memesona
		Pevita Pearce memiliki tubuh yang atletis
	Daya tarik non-fisik di mata khalayak	Pevita Pearce memiliki sifatnya yang ramah
		Pevita Pearce memiliki kepribadian yang gigih
	Persamaan dengan khalayak	Pevita Pearce memiliki hobi bermain <i>game</i> seperti pemain PUBG Mobile
<b>Power</b>	Kekuatan untuk memengaruhi khalayak	Pevita Pearce mampu membuat penggemarnya yakin untuk bermain PUBG Mobile
		Pevita Pearce dapat meyakinkan penggemarnya untuk mengajak orang di sekitarnya terus bermain PUBG Mobile

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

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Y

<b>VARIABEL: LOYALITAS PELANGGAN</b> <b>(Griffin, 2016)</b>		
<b>DIMENSI</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>PERNYATAAN</b>
<b>Melakukan pembelian ulang secara teratur</b>	Melakukan pembelian secara berlanjut pada sebuah produk	Saya menghabiskan waktu luang saya setiap hari untuk bermain PUBG Mobile
		Saya selalu bermain PUBG Mobile setiap kali ingin mendapatkan hiburan dari bermain <i>game</i>
		Saya selalu bermain PUBG Mobile setiap kali ingin bermain <i>game</i> bersama orang terdekat
		Saya rutin membeli <i>skin</i> dalam PUBG Mobile
		Saya sudah mendapatkan lebih dari 1 <i>achievement</i> dalam PUBG Mobile
		Saya berlangganan paket data Internet khusus <i>mobile game</i>
<b>Membeli antar lini produk dan jasa</b>	Melihat produk atau jasa dari perusahaan yang hampir sama	Saya melakukan pembelian <i>skin</i> dalam PUBG Mobile
		Saya melakukan pembelian Royal Point (RP) dalam PUBG Mobile
<b>Mereferensikan kepada orang lain</b>	Menceritakan produk atau jasa ke orang lain	Saya merekomendasikan PUBG Mobile kepada orang terdekat saya
		Saya meyakinkan orang terdekat saya bahwa <i>Game</i> PUBG Mobile merupakan <i>game frame per shoote</i> (FPS) yang berkualitas
<b>Tidak tertarik dengan tarikan kompetitor</b>	Menolak jenis produk baru dari pesaing	Saya percaya <i>game</i> PUBG Mobile merupakan <i>game frame per shoote</i> (FPS) dengan grafik paling berkualitas
		Saya tetap memilih bermain <i>game</i> PUBG Mobile dibandingkan <i>game frame per shoote</i> (FPS) lainnya terlepas dari rekomendasi <i>game</i> lain dari orang terdekat saya
		Saya dapat membedakan <i>game</i> PUBG Mobile dibandingkan <i>game frame per shoote</i> (FPS) lainnya
		Saya menganggap PUBG Mobile lebih unggul dibandingkan <i>game frame per shoote</i> (FPS) lainnya
		Saya tidak tertarik memainkan <i>game frame per second</i> (FPS) lainnya

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang sudah dikumpulkan disebut data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama mengenai objek penelitian. Sebaliknya, data sekunder merupakan data sesudah data primer yang diperoleh melalui sumber kedua (Bungin, 2017).

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner menggunakan *link* kuesioner yang dibuat melalui Google

Form kemudian dibagikan melalui media Instagram, Line, dan WhatsApp. Pada saat kuesioner dibagikan disertakan dengan kata pengantar supaya responden mengetahui tujuan dibagikannya kuesioner tersebut.

### 3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya (Sugiyono, 2019). Dapat disimpulkan sebagai data yang didapat dari pihak pertama. Jawaban dari kuesioner yang diisi oleh 300 responden (sampel) merupakan data primer dalam penelitian ini.

### 3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya (Sugiyono, 2019). Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari buku referensi, karya ilmiah, jurnal, website, dan sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

## 3.6 Teknik Pengukuran Data

Dalam mengukur data penelitian ini, skripsi menggunakan skala *Likert*. Tujuan dari skala *Likert* adalah untuk mengukur tingkat persepsi, sikap, serta pendapat responden mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Kuesioner ini disebarakan kepada 300 responden. Pilihan jawaban yang digunakan dalam kuesioner ini mencakup:

Tabel 3. 3 Nilai Skala Likert

No.	Skala	Bobot
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Agak Tidak Setuju (ATS)	3
4.	Agak Setuju (AS)	4
5.	Setuju (S)	5
6.	Sangat Setuju (SS)	6

Kuesioner dalam penelitian ini disebarakan melalui *link* Google Form yang diberikan kepada responden yang masih bermain pemain *game* PUBG Mobile yang

berdomisili Jakarta, berusia 15- 39 tahun, memiliki durasi bermain *game* PUBGM <1 sampai > 3 jam dalam sehari, memiliki frekuensi bermain kisaran 1 sampai > 5 kali dalam sehari.

### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas memiliki peran yang sangat penting untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam sebuah penelitian bersifat valid atau tidak. Data dapat dikatakan valid dalam suatu penelitian harus memenuhi kriteria berupa adanya persamaan di antara data yang sudah dikumpulkan dengan data yang benar-benar terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2019).

Perbandingan nilai R hitung dengan R tabel

1. Apabila nilai sig. < 0.05, data yang diperoleh dipastikan valid
2. Apabila R hitung > R tabel, data yang diperoleh juga dipastikan valid

Sebagai uji instrumen validitas, kuesioner disebarakan secara *online* kepada 40 responden serta menguji hasil dengan menggunakan SPSS versi 26 untuk menghitung data dari uji validitas ini. Signifikansi 5% R tabel dari 40 responden adalah 0,312, sehingga R hitung harus lebih besar dari 0,312 (R hitung > 0,312).



Tabel 3. 4 Uji Validitas pada Variabel Brand Ambassador (X)

Indikator	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig.	Kriteria Uji
<b>Visibility</b>				
X1	0,801	0,312	0,000	Valid
X2	0,849	0,312	0,000	Valid
X3	0,831	0,312	0,000	Valid
X4	0,824	0,312	0,000	Valid
X5	0,802	0,312	0,000	Valid
<b>Credibility</b>				
X6	0,834	0,312	0,000	Valid
X7	0,807	0,312	0,000	Valid
X8	0,886	0,312	0,000	Valid
X9	0,905	0,312	0,000	Valid
<b>Attraction</b>				
X10	0,602	0,312	0,000	Valid
X11	0,717	0,312	0,000	Valid
X12	0,811	0,312	0,000	Valid
X13	0,809	0,312	0,000	Valid
X14	0,822	0,312	0,000	Valid
X15	0,868	0,312	0,000	Valid
X16	0,845	0,312	0,000	Valid
<b>Power</b>				
X17	0,854	0,312	0,000	Valid
X18	0,863	0,312	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 3.4 dapat dilihat setiap indikator variabel X (*brand ambassador*) memiliki nilai di bawah sig. 0,05 dan R hitung lebih besar dari 0,312 sehingga indikator dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 3. 5 Uji Validitas pada Variabel Loyalitas Pemain Game PUBG Mobile (Y)

Indikator	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig.	Kriteria Uji
<b>Melakukan pembelian ulang secara teratur</b>				
Y1	0,888	0,312	0,000	Valid
Y2	0,827	0,312	0,000	Valid
Y3	0,775	0,312	0,000	Valid
Y4	0,824	0,312	0,000	Valid
Y5	0,669	0,312	0,000	Valid
Y6	0,795	0,312	0,000	Valid
<b>Membeli antar lini produk dan jasa</b>				
Y7	0,840	0,312	0,000	Valid
Y8	0,812	0,312	0,000	Valid
<b>Mereferensikan kepada orang lain</b>				
Y9	0,776	0,312	0,000	Valid
Y10	0,774	0,312	0,000	Valid
<b>Tidak tertarik dengan tarikan kompetitor</b>				
Y11	0,764	0,312	0,000	Valid
Y12	0,798	0,312	0,000	Valid
Y13	0,807	0,312	0,000	Valid
Y14	0,790	0,312	0,000	Valid
Y15	0,670	0,312	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 3.5 dapat dilihat setiap indikator variabel Y (loyalitas pemain *game* PUBG Mobile) memiliki nilai di bawah sig. 0,05 dan R hitung lebih besar dari 0,312 sehingga indikator dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur sebuah kuesioner yang dilakukan setelah skripsi melakukan uji validitas. Instrumen dikatakan reliabel jika dapat digunakan

lebih dari satu kali dalam mengukur objek yang sama dan menghasilkan data yang sama juga (Sugiyono, 2019).

Pengujian ini mengacu kepada kriteria:

1. *Cronbach's Alpha* > R tabel maka dinyatakan reliabel
2. *Cronbach's Alpha* < R tabel maka dinyatakan tidak reliabel

Tabel 3. 6 Tingkat Realibilitas

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,02	Kurang reliabel
0,20 – 0,40	Agak reliabel
0,40 – 0,60	Cukup reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,08 – 1,00	Sangat reliabel

Pada uji realibilitas, skripsi menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Hasil dari pengujian yang telah dilakukan akan dibandingkan dengan tabel reliabilitas statistik dengan tabel tingkat reliabilitas berdasarkan tingkat *alpha* (*a*). Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 (Sujarweni, 2014).

#### Reliability Statistiks

Cronbach's Alpha	N of Items
.970	18

Gambar 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Brand Ambassador)

Nilai yang diperoleh untuk *Cronbach's Alpha* dari hasil uji reliabilitas adalah 0,970 di bagian *brand ambassador* dalam variabel (X). Maka dari itu, dapat dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > R tabel  $0,97 > 0,6$ .

Reliability Statistiks	
Cronbach's Alpha	N of Items
.951	15

Gambar 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Loyalitas Pemain Game PUBG Mobile)

Nilai yang diperoleh untuk *Cronbach's Alpha* dari hasil uji reliabilitas adalah 0,951 di bagian loyalitas pemain *game* dalam variabel (Y). Maka dari itu, dapat dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > R tabel  $0,951 > 0,6$ .

### 3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian teknik analisis data yang digunakan adalah uji analisis statistik deskriptif dan uji regresi linear sederhana. Analisis deskriptif bertujuan untuk menguji data angka dengan memberikan gambaran secara ringkas dan jelas. Berikut adalah langkah yang dilakukan dalam menguji analisis deskriptif:

1. Setiap indikator diklasifikasikan ke dalam 6 jawaban. Bobot jawaban setiap indikator adalah skor 1 sampai dengan 6. Mulai dari sangat tidak setuju (STS) hingga sangat setuju (SS).
2. Total skor tiap jawaban yang sudah diisi oleh 300 responden akan diolah dengan analisis statistik deskriptif dan uji regresi dengan program SPSS (*Statistik Product and Service Solution*) versi 26.
3. Mendeskripsikan jawaban alternatif yang paling banyak dipilih oleh responden.

#### 3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dapat diartikan mengenai sebuah data yang bisa dilihat dari nilai rerata, paling besar, paling kecil, *sum*, dan *average* (Ghozali, 2018). Analisis statistik deskriptif dilakukan dengan tujuan memberikan penjelasan mengenai sebuah informasi, sehingga informasi tersebut mudah untuk dipahami.

### 3.7.2 Uji Regresi Linear

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana. Regresi linear sederhana merupakan model probabilistik yang menyatakan adanya hubungan antar dua variabel, salah satu variabel dianggap memengaruhi variabel lainnya (Sugiyono, 2019). Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yakni *brand ambassador* (X) terhadap loyalitas pemain *game* PUBG Mobile di Jakarta (Y).

Analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan cara menetapkan persamaan  $Y = a + bX$ , dengan keterangan:

- Y = Variabel terikat (loyalitas pemain *game* PUBG Mobile)
- X = Variabel bebas (*brand ambassador*)
- a = Nilai intercept (konstan)
- b = Koefisien regresi

Koefisien regresi yang menyatakan sebagai angka peningkatan ataupun penurunan pada variabel bebas yang didasarkan oleh variabel terikat. Apabila nilai koefisien positif, maka terjadi peningkatan. Apabila nilai koefisien negatif, maka adanya penurunan. Hasil uji regresi dengan nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  akan ditolak, begitu pula sebaliknya. Hal tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut (Ghozali, 2018):

- a. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka variabel tersebut terdapat korelasi.
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka variabel tersebut tidak terdapat korelasi

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