

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian pada dasarnya memberikan informasi yang diperlukan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengajukan pertanyaan yang terstruktur melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2013, p. 7), metode kuantitatif cukup tradisional dan telah digunakan sejak lama, oleh karena itu disebut metode konvensional, paradigma yang digunakan oleh peneliti yaitu paradigma positivis yang menekankan pengalaman sebagai sumber pengetahuan. Positivisme sering disebut dengan label lain, yaitu *behaviorisme*, *saintisme*, *empirisme*, dan *naturalisme*. Penelitian ini bersifat *Explanatif* yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh serta menjelaskan hubungan suatu variabel dengan variabel yang lain untuk menguji suatu hipotesis. (Bungin, 2017, p. 6).

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Dalam hal metode penelitian survei, tugas peneliti adalah menetapkan hipotesis penelitian karena tujuannya adalah untuk menemukan hubungan sebab-akibat antara variabel yang diteliti. Statistik inferensial menjadi alat terpenting dalam menganalisis data tersebut (Bungin, 2017, p. 6). Survei adalah prosedur penelitian yang mengumpulkan sejumlah besar data primer. Data dalam jumlah besar ini dikumpulkan melalui kuesioner ataupun wawancara (Hermawan, 2013, p. 217). Metode survei yang digunakan dalam penelitian ini menyelidiki hubungan kausal antara variabel dan memecahkan masalah sesuai dengan pertanyaan kuesioner dan

pernyataan terkait dengan pengaruh *Celebrity endorser* Tasyi Athasyia terhadap *brand awareness* merek Best Wok di Instagram.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok objek yang menjadi subjek penelitian. Populasi dapat berupa orang, hewan, tumbuhan, gejala, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, semuanya merupakan objek kajian yaitu populasi dan dapat menjadi sumber informasi dalam penelitian (Bungin, 2017, p. 109). Menurut Hermawan (2013, p. 187) populasi berkaitan dengan orang, peristiwa dan objek yang menjadi perhatian peneliti. Populasi pada penelitian ini adalah pengikut akun Tasyi Athasyia yang memiliki followers Instagram sebanyak 1,7 juta sampai tanggal 19 Oktober 2022.

Gambar 3.1 Pengikut akun @Tasyiathasyia di Instagram



Sumber: Instagram@Tasyiathasyia, 2023

3.3.2 Sampel

Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan non-probabilitas purposive sampling. Menurut Hermawan (2013, p. 198) purposive sampling merupakan penarikan berdasarkan suatu pertimbangan. Penarikan sampel ini didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Penelitian ini menggunakan non-probabilitas dengan penarikan sampel purposive sampling karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *celebrity endorser* Tasyi Athasyia di Instagram terhadap *brand awareness* Best Wok berdasarkan karakteristik dan unsur tertentu, yaitu

1. Laki-laki dan perempuan.
2. Generasi Y dan Generasi Z.
3. *Following* Tasyi Athasyia di Instagram.
4. Mengetahui Tasyi Athasyia sebagai *celebrity endorser* Best Wok di Instagram.

Penentuan jumlah sampel didasarkan pada teori Malhotra (2017) yang menjelaskan bahwa dalam menerapkan sampel, spesifikasi target dan kriteria yang terkait dengan populasi harus disesuaikan.

Tabel 3.1 Sample size

Tipe Studi/Penelitian	Ukuran Sampel Minimum	Ukuran Umum
Riset Identifikasi Masalah	500	1000-2500
<i>Problem Solving Research</i>	200	300-500
Tes Produk	200	300-500
Uji Pemasaran	200	300-500
Tv, Online, Radio, Advertising	150	200-300
<i>Test Market Audits</i>	10 toko	10-20 toko
<i>Focus Grup</i>	2 Kelompok	6-15 kelompok

Sumber: Malhotra (2017)

Tabel tersebut menggambarkan sampel sesuai dengan jenis penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguji konsep pemasaran di lapangan. Oleh karena itu, jumlah responden untuk penelitian ini minimal 200 responden untuk mewakili *followers* akun Instagram Tasti Athasyia.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel merupakan fenomena yang dinamis, sehingga tidak ada kejadian yang tidak bisa disebut variabel. Dalam penjelasan yang lebih konkrit, variabel adalah suatu konsep dalam bentuk konkrit atau konsep fungsional yang acuan langsungnya lebih nyata. Variabel harus dijelaskan dalam konsep fungsional dengan indikator atau parameter untuk mengukurnya. Jika peneliti mampu mengimplementasikan konsep tersebut, maka pengoperasian variabel dan indikator serta pengukuran variabel tidaklah sulit (Bungin, 2017, p. 70).

Penelitian ini merujuk pada dua variabel yaitu *Celebrity endorser* sebagai variabel independen (bebas), dan *Brand awareness* sebagai variabel dependen (terikat). Operasionalisasi variabel dilakukan untuk menjabarkan variabel menjadi dimensi, indikator, hingga dibentuk sebuah pernyataan yang menjadi dasar pembuatan kuisisioner.

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Celebrity Endorser</i> Rossiter & Percy (kertamukti,2015)	Visibility	Tingkat kepopuleran	Tasyi Athasyia merupakan Selebgram yang populer dalam dunia <i>food and beverage</i> .	Likert 1-5
			Tasyi Athasyia sering dilihat di Instagram.	
	Credibility	Pengetahuan keterampilan dalam bidang yang dimiliki oleh <i>Celebrity Endorser</i>	Tasyi Athasyia memiliki pengetahuan yang baik di bidang <i>food and beverage</i> .	Likert 1-5
			Tasyi Athasyia memiliki pengalaman <i>review</i>	

			dalam bidang <i>food and beverage</i> .		
		Persepsi <i>audience</i> mengenai reputasi <i>celebrity</i>	Tasyi Athasyia dikenal sebagai <i>celebrity</i> yang memberikan <i>review</i> yang menyeluruh akan produk <i>food and beverage</i> yang dicoba		
		Mengacu kepada integritas, kejujuran dan kepercayaan <i>Celebrity Endorser</i>	Tasyi Athasyia bersifat jujur dalam melakukan <i>review</i> dalam bidang <i>food and beverage</i> .	Likert 1-5	
			Tasyi Athasyia terbuka dalam memberikan opini pada bidang <i>food and beverage</i>		
			Tasyi Athasyia konsisten dalam memberikan wawasan di bidang <i>food and beverage</i> .		
			Tasyi Athasyia dapat dipercaya sebagai <i>Influencer</i> dalam bidang <i>food and beverage</i> .		
			Tasyi Athasyia memiliki <i>product knowledge</i> yang baik akan produk yang direview		
	Attraction	Presepsi penampilan fisik	Tasyi Athasyia memiliki penampilan menarik		
		Presepsi kepribadian <i>celebrity</i>	Tasyi Athasyia memiliki keunikan dalam mereview suatu produk		
		Kesamaan yang dimiliki oleh <i>Celebrity Endorser</i> .	Tasyi Athasyia bekerja dalam bidang <i>food and beverage</i> .	Likert 1-5	
			Tasyi Athasyia suka mencoba berbagai makanan baru		
	Power	Kekuatan seorang <i>Celebrity endorser</i> dalam mempengaruhi pengikutnya	Tasyi Athasyia memberikan pesan secara persuasif.	Likert 1-5	
					Tasyi Athasyia memberikan pengaruh yang baik dalam konten di Instagramnya
					Tasyi Athasyia dianggap memiliki citra yang positif
					Tasyi Athasyia memiliki banyak pengikut di Instagram

<i>Brand awareness</i> (Keller, Parameswaran, & Jacob, 2015)	<i>Brand</i> Recognition	Mengidentifikasi merk dalam berbagai keadaan	Saya mengenali merek Best Wok	Likert 1-5
			Saya Pernah melihat salah satu produk dari merek Best wok	
			Saya pernah mendengar merek Best Wok	
	<i>Brand recall</i>	Apakah seseorang dapat menyebutkan merek pada produk tertentu	Saya mengenali warna dari logo merek Best Wok yaitu warna merah dan hitam.	Likert 1-5
			Logo dari merek Best Wok mudah diingat.	
			Saya dapat mengenali kemasan dari merek Best Wok	
	Top of mind	seseorang dapat mengingat merek tanpa bantuan	Merek mie instant yang muncul dibenak pertama kali adalah mie goreng Best Wok	Likert 1-5
			Merek mie goreng Best Wok Lebih Familiar dibandingkan Merek Lain	

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Malhotra (2012) menyatakan teknik pengumpulan data memiliki dua sumber, yaitu:

1. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk menyelesaikan pertanyaan penelitian. Kuesioner berfungsi sebagai sumber data utama untuk penelitian ini.
2. Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan dari penelitian sebelumnya untuk mengatasi tantangan penelitian di masa depan. Sumber data sekunder yang dapat dipercaya dalam penelitian ini antara lain website, literatur, dan artikel jurnal.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Suatu penelitian dapat dinilai dengan menggunakan uji validitas. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan dan pertanyaan di dalamnya dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013, p. 52). uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa pernyataan dan pertanyaan pada kuesioner benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur oleh survei.

Penelitian ini menggunakan uji validitas Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA) dengan 30 responden. Uji ini memperkirakan hubungan antar variabel (Ghozali, 2013, p. 58). KMO MSA memiliki kriteria sebagai berikut (Gunawan, 2019, p. 18):

1. Besarnya nilai KMO MSA harus lebih besar dari atau sama dengan 0,500
2. Nilai Sig harus lebih kecil daripada 0.05

Tabel 3.3 Validitas variabel X

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.750
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	644.614
	df	153
	Sig.	.000

Sumber: Data Olahan Peneliti melalui Spss 26, 2023

Berdasarkan tabel 3.3 terlihat bahwa nilai KMO $0.750 > 0.500$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang berarti variabel X valid.

Tab 3.4 Validitas variabel Y

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.765
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	250.970
	df	28
	Sig.	.000

Sumber: Data Olahan Peneliti melalui Spss 26, 2023

Berdasarkan tabel 3.4 terlihat bahwa nilai KMO $0.765 > 0.500$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang berarti variabel Y valid.

Untuk mengukur setiap pertanyaan yang ada di kuesioner maka dapat dilakukan dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom ($df = n - 2$), dalam hal ini n adalah jumlah responden yaitu sebanyak 30 responden, maka besarnya df dapat dihitung $30 - 2 = 28$. Dengan $df = 28$ dan $\alpha = 0,01$ didapat r tabel = $0,374$ (dengan melihat r tabel pada $df = 28$ dengan uji dua arah). Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel X

Dimensi dan Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
X1	0.789	0,374	Valid
X2	0.898		Valid
X3	0.803		Valid
X4	0.873		Valid
X5	0.812		Valid
X6	0.808		Valid
X7	0.789		Valid
X8	0.788		Valid
X9	0.874		Valid
X10	0.858		Valid
X11	0.876		Valid

X12	0.898	Valid
X13	0.771	Valid
X14	0.790	Valid
X15	0.787	Valid
X16	0.870	Valid
X17	0.871	Valid
X18	0.871	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti melalui Spss 26, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua instrument atau pernyataan pada variabel *celebrity endorser* terbukti valid karena masing-masing pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel yang bernilai 0,374.

Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Y

Dimensi dan Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0.817	0,374	Valid
Y2	0.811		Valid
Y3	0.801		Valid
Y4	0.789		Valid
Y5	0.756		Valid
Y6	0.689		Valid
Y7	0.668		Valid
Y8	0.657		Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti melalui Spss 26, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua instrument atau pernyataan pada variabel *brand awareness* terbukti valid karena masing-masing pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel yang bernilai 0,374.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian besarnya ketergantungan dapat diukur dengan menggunakan uji reliabilitas (Malhotra N. , 2012). Respon yang stabil dan konsisten terhadap suatu pernyataan dapat digunakan untuk menentukan tingkat uji reliabilitas. Malhotra (2012) mengatakan bahwa Cronbach alpha adalah cara untuk

mengukur korelasi antara tanggapan terhadap pernyataan tentang konsep atau variabel, korelasi dikatakan reliabel jika alpha Cronbach lebih dari 0,50.

Tabel 3. 7 Nilai Cronbach's Alpha

Interval Kriteria	Interval Kriteria
< 0.200 Sangat rendah	< 0.200 Sangat rendah
0.200 – 0.399 Rendah	0.200 – 0.399 Rendah
0.400 – 0.599 Cukup	0.400 – 0.599 Cukup
0.600 – 0.799 Tinggi	0.600 – 0.799 Tinggi
0.800 – 1.000 Sangat tinggi	0.800 – 1.000 Sangat tinggi

Sumber: (Syahputra, 2015, p. 34)

Tabel 3.8 Uji Reliabilitas variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.973	18

Sumber: Data Olahan Peneliti melalui Spss 26, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua pernyataan atau instrumen variabel *Celebrity Endoser* dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha $0,973 \geq 0,50$.

Tabel 3.9 Uji Reliabilitas variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	8

Sumber: Data Olahan Peneliti melalui Spss 26, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua pernyataan atau instrumen variabel *Celebrity Endoser* dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha $0,909 \geq 0,50$.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan melalui metode grafik. Metode grafik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat normal probability plot. Normal probability plot adalah membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal (Ghozali, 2011). Dasar pengambilan keputusan melalui analisis ini, jika data menyebar disekitar garis diagonal sebagai representasi pola distribusi normal, berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.7.2 Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana adalah model yang menyatakan hubungan linier antara dua variabel atau lebih, dimana satu variabel mungkin mempengaruhi variabel lainnya terhadap dua jenis variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempunyai pengaruh. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi (Sugiyono, 2018). Ada persamaan umum untuk regresi linier sederhana (Jaya, 2019, p. 189):

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = harga Y bila X = 0 (harga konstan atau konstanta)

b = koefisien regresi atau arah hubungan apakah positif atau negatif, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang

didasarkan pada variabel independen. Bila $b (+)$ maka naik, dan bila $b (-)$, maka terjadi penurunan.

X = Subjek variabel independent yang memiliki nilai tertentu.

3.7.3 Uji Koefisien Korelasi

Uji Koefisien Korelasi menurut Bungin (2017, p. 194), koefisien korelasi adalah nilai hubungan antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Nilai koefisien yang juga merupakan tingkat signifikansi digunakan sebagai pedoman untuk menentukan apakah hipotesis ditolak atau diterima. Nilai koefisien mulai dari nol lebih besar dari 1 atau kurang dari 0.

Tabel 3.10 Nilai Koefisien

Nilai Koefisien	Penjelasannya
+ 0,70 – ke atas	Hubungan positif yang sangat kuat
+ 0,50 – + 0,69	Hubungan positif yang mantap
+ 0,30 – + 0,49	Hubungan positif yang sedang
+ 0,10 – + 0,29	Hubungan positif yang tak berarti
0,0	Tidak ada hubungan
- 0,01 -- 0,09	Hubungan negatif tak berarti
- 0,10 -- 0,29	Hubungan negatif yang rendah
- 0,30 -- 0,49	Hubungan negatif yang sedang
- 0,50 -- 0,59	Hubungan negatif yang mantap
- 0,70 -- ke bawah	Hubungan negatif yang sangat kuat

Sumber: Bungin, 2017

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA