



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 Jenis dan Sifat Penelitian

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivistik. Adapun Neuman (2014, p. 61) menyebutkan paradigma positivistik melihat penelitian ilmu sosial memiliki kesamaan dengan riset pengetahuan lainnya secara fundamental di mana realitas sosial diasumsikan memiliki fakta objektif dan dapat diukur. Terdapat lima syarat paradigma positivistik (Kriyantono, 2010, p. 56), yaitu *observable* (dapat diamati), *repeatable* (dapat diulang), *measurable* (dapat diukur), *testable* (dapat diuji), dan *predictable* (dapat diramalkan).

Umumnya jenis penelitian dengan paradigma positivistik merupakan penelitian kuantitatif. Kriyantono (2012, p. 55) mengungkapkan riset kuantitatif adalah riset untuk menggambarkan atau menjelaskan masalah yang terjadi di mana hasilnya dapat digeneralisasikan. Selain itu, penelitian dengan jenis kuantitatif tidak terlalu memikirkan kedalaman data atau analisis.

Kriyantono juga menjelaskan beberapa ciri-ciri yang dimiliki oleh penelitian kuantitatif. Ciri-ciri tersebut antara lain (Kriyantono, 2016, p. 56):

- a. Hubungan antara riset dengan subjek jauh. Hal ini terjadi karena yang melakukan riset berpendapat atau memiliki anggapan realitas yang ada terpisah dan berada di luar dirinya (periset) dengan tujuan supaya objektif.

- b. Tujuan dari riset adalah untuk menguji suatu teori dan/atau hipotesis, mendukung ataupun menolak teori. Data merupakan sarana untuk mengkonfirmasi teori atau untuk membuktikan teori yang digunakan dalam riset. Bila analisis menemukan penolakan terhadap teori atau hipotesis, peneliti tidak langsung menolak hipotesis dan melakukan pengecekan ulang terhadap teknik *sampling*, konsep dan teori yang digunakan.
- c. Riset harus dapat digeneralisasikan, karena mengharuskan sampel untuk dapat mewakili keseluruhan dari populasi, operasionalisasi konsep serta alat ukur yang valid dan reliabel.
- d. Prosedur riset rasional-empiris, yang mana peneliti melakukan penelitian berdasarkan konsep dan teori yang sesuai kemudian dibuktikan dengan data yang diambil dari lapangan.

Terdapat beberapa sifat dalam penelitian, di antaranya deskriptif dan eksplanatif. Penelitian dengan sifat eksplanatif mendorong peneliti untuk menjelaskan hubungan atau mencari sebab akibat dari dua atau lebih variabel penelitian (Kriyantono, 2012, p. 69). Hal ini bermula dari pemilihan teori yang digunakan, membangun dan menjelaskan konsep yang akhirnya membentuk hipotesis penelitian. Adapun sifat dari penelitian ini adalah eksplanatif karena penulis bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *brand ambassador* (variabel X) terhadap *brand image* (variabel Y) pada *e-commerce* Shopee.

Penelitian dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador* Prilly Latuconsina terhadap *Brand Image E-Commerce* Shopee” termasuk ke dalam penelitian

kuantitatif. Penulis beralasan penelitian ini disebut sebagai penelitian kuantitatif karena penelitian ini melakukan pengukuran yang akurat terhadap suatu hal yang dibantu dengan pengumpulan data dalam bentuk data.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang bertujuan mengumpulkan informasi dari target responden yang dianggap sudah mewakili populasi (Kriyantono, 2012, p. 59).

Kuesioner dibuat terlebih dahulu sebelum nantinya disebar kepada responden. Kuesioner berisikan daftar pertanyaan yang akan dijawab oleh responden. Daftar pertanyaan di kuesioner dibuat berdasarkan variabel dalam penelitian ini yang kemudian dibentuk menjadi dimensi dan indikator. Kemudian, kuesioner disebar untuk mendapatkan data berupa jawaban dari responden yang akan penulis olah menggunakan *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) versi 22. Penulis nantinya akan mendapatkan hasil dari penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian dan menuliskan kesimpulan penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2014, p. 80) menjelaskan populasi sebagai wilayah generalisasi berdasarkan pada objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang dibuat oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan dipahami lalu dibuat

kesimpulannya. Populasi dapat berupa orang dan objek serta benda alam lainnya. Karakteristik atau sifat yang dimiliki subjek atau objek penelitian merupakan kunci utama dari populasi.

Ahli lain memiliki pendapatnya sendiri. Populasi sebagaimana dijelaskan Ardianto (2010, p. 170) merupakan seluruh bagian atau anggota objek yang diamati. Orang, benda, objek, peristiwa, atau apapun yang menjadi objek survei dapat dijadikan sebagai populasi. Hal ini karena populasi adalah sebuah konsep yang abstrak dan tidak bisa ditunjuk tanpa definisi yang jelas. Oleh karena itu, populasi harus dijelaskan secara jelas dan detil supaya dapat dihitung, diukur, dan lebih operasional.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa di universitas-universitas yang berada di wilayah Provinsi Banten. Berikut merupakan data keseluruhan universitas di wilayah Banten beserta jumlah mahasiswanya:

Tabel 3.1 Jumlah Universitas dan Mahasiswa di Banten

No	Nama Universitas	Jumlah Mahasiswa
1	Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	17.607
2	Universitas Muhammadiyah Jakarta	22.475
3	Universitas Pelita Harapan	14.380
4	Universitas Multimedia Nusantara	7.427
5	Universitas Matana	744
6	Universitas Islam Syekh Yusuf	4.609
7	Swiss Germany University	1.004
8	Universitas Mathla ul Anwar	5.033
9	Universitas Pamulang	63.472
10	Universitas Pramita Indonesia	2.148
11	Universitas Serang Raya	9.046
12	Universitas Teknologi Nusantara Cilegon	651
13	Universitas Muhammadiyah Tangerang	17.272
14	Universitas Pembangunan Jaya	1.287
15	Universitas Banten Jaya	2.040
16	Universitas Surya Bogor	1.581
17	Universitas Lintas Internasional Indonesia	344

18	Universitas Buddhi Dharma	3.252
19	Universitas Bina Bangsa	4.628
	Total seluruh mahasiswa	179.001

Sumber: forlap.ristekdikti.go.id/perguruan tinggi/search

Penulis menemukan melalui situs dikti terdapat 19 universitas yang saat ini masih aktif di wilayah Banten. Total populasi dalam penelitian ini adalah 179.001 mahasiswa. Penulis memilih populasi ini karena belum banyak penelitian yang menghubungkan *e-commerce* dengan mahasiswa di universitas wilayah Banten. Sudah banyak penelitian yang menggunakan wilayah Jakarta, atau menggunakan wilayah Banten tetapi hanya wilayah tertentu saja seperti Kota Tangerang atau Kota Tangerang Selatan.

3.3.2 Sampel

Sampel berdasarkan Sugiyono (2014, p. 81) menyebutkan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Dalam penelitian, peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi apabila terdapat keterbatasan (dana, waktu, dan tenaga). Pada umumnya sampel telah dianggap mewakili suatu populasi.

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode sampel berupa *cluster random sampling*. *Cluster random sampling* merupakan teknik sampling area yang digunakan untuk menentukan sampel apabila objek penelitian sangat banyak (Sugiyono, 2014, p. 83). Metode ini termasuk ke dalam *probability sampling*, di mana setiap responden mendapat kesempatan yang sama dalam setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel.

Untuk menentukan jumlah sampel, penulis akan menggunakan rumus Slovin. Adapun tujuan dari ini adalah untuk mengetahui jumlah sampel yang

penulis gunakan sebagai responden dalam penelitian ini. Rumus sampel menurut Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Keterangan:

n : jumlah sampel minimal.

N : jumlah populasi.

e : nilai *margin of error*.

$$n = 179.001 / (1 + (179.001 \times 0.05^2))$$

$$n = 179.001 / 448.5025$$

$$n = 399.108 = 400$$

Dengan mengetahui jumlah populasi mahasiswa di universitas wilayah Banten yaitu 179.001 mahasiswa, maka penulis dapat melakukan perhitungan jumlah sampel. Perhitungan yang penulis dapatkan untuk jumlah sampel adalah 399,108. Untuk memudahkan penulis, maka jumlah sampel tersebut akan dibulatkan menjadi 400 responden.

Penulis akan menentukan 6 universitas sebagai sampel dari *list cluster* populasi yang telah disebutkan. Pemilihan tersebut berdasarkan kemampuan yang dimiliki penulis dalam hal waktu dan biaya. Penulis menggunakan situs random.org untuk menentukan 6 universitas. Berikut adalah tabel pemilihan 6 universitas:

Tabel 3.2 Undian Menentukan 5 Universitas

Nama Universitas	Wilayah	Undian per <i>cluster</i>
Universitas Muhammadiyah Jakarta	Kota Tangerang Selatan	1-22.475
Universitas Pembangunan Jaya		22.476-23.762
Universitas Multimedia Nusantara		23.763-31.189
Universitas Lintas Internasional Indonesia		31.190-31.533
Universitas Swiss German	Kabupaten Tangerang	1-1.004
Universitas Pramita Indonesia		1.005-3.152
Universitas Serang Raya	Kabupaten Serang	1-9.046
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	Kota Serang	1-17.607
Universitas Teknologi Nusantara Cilegon		17.608-18.258
Universitas Banten Jaya		18.259-20.298
Universitas Bina Bangsa		20.299-24.926
Universitas Matana		1-744
Universitas Pelita Harapan	Kota Tangerang	745-15.124
Universitas Surya		15.125-16.705
Universitas Pamulang		16.706-80.177
Universitas Muhammadiyah Tangerang		80.178-97.449
Universitas Islam Syekh Yusuf		97.450-102.058
Universitas Buddhi Dharma		102.509-105.310

Sumber: Olahan Penulis

Penulis kemudian menggunakan random.org untuk mendapat lima *cluster* (universitas) sebagai sampel untuk penelitian ini dengan menggunakan random.org. Kemudian, penulis akan menentukan jumlah responden berdasarkan tiap universitas yang telah terpilih. Berikut adalah tabel pengundian jumlah mahasiswa setiap universitas yang telah terpilih

Tabel 3.3. Undian Menentukan Jumlah Responden

No	Universitas	Undian Mahasiswa
1	Universitas Multimedia Nusantara	1-7.427
2	Swiss German University	7.428-8.431
3	Universitas Serang Raya	8.432-17.477
4	Universitas Bina Bangsa	17.478-22.105
5	Universitas Pelita Harapan	22.106-36.485

Penulis memilih jumlah sampel mahasiswa di setiap universitas yang telah dijadikan sampel, juga dengan menggunakan random.org. Universitas yang terpilih dan jumlah mahasiswa sebagai sampel responden adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4 Universitas dan Responden Terpilih

Universitas per Cluster	Jumlah Responden
Universitas Multimedia Nusantara	84
Swiss German University	20
Universitas Serang Raya	90
Universitas Bina Bangsa	40
Universitas Pelita Harapan	166
Total Keseluruhan	400

Sumber: Olahan Penulis

Untuk melihat detail pemilihan universitas dan jumlah responden per universitas, dapat dilihat di bagian Lampiran.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.4 Operasionalisasi Variabel

Langkah berikutnya adalah membuat operasional dari variabel yang ada. Martono (2011, p. 91) menjelaskan operasionalisasi sebagai kegiatan yang saling menghubungkan antara konsep teoritis dan empiris, di mana objek yang dapat diobservasi maka objek dapat diamsusikan dapat diukur. Variabel sendiri merupakan suatu atribut atau karakteristik dari individu yang dipelajari oleh peneliti (Creswell, 2012, p. 13).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, satu variabel bebas (independen) yang merupakan *brand ambassador* dan satu variabel terikat (dependen) yang merupakan *brand image*. Variabel tersebut kemudian dijabarkan penulis ke dalam dimensi dan indikator yang kemudian dibuat pernyataan untuk diisi oleh responden. Operasionalisasi variabel yang telah penulis lakukan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:



3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.5 Operasionaliasi Variabel beserta Pernyataan Kuesioner

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Brand Ambassador (X)</i> (Lea-Greenwood, 2013, h. 78)	<i>Transference</i>	Keterkaitan dengan profesi <i>brand ambassador</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Prilly Latuconsina cocok menjadi <i>brand ambassador</i> Shopee karena memiliki keterkaitan dengan profesinya sebagai artis • Prilly Latuconsina mampu merepresentasikan Shopee dengan baik terkait dengan profesinya sebagai artis 	Likert
		1. <i>Lifestyle</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Lifestyle</i> Prilly Latuconsina menarik • <i>Lifestyle</i> yang dimiliki Prilly Latuconsina cocok untuk diikuti • Prilly Latuconsina memiliki <i>lifestyle</i> yang sesuai anak muda sekarang 	Likert
	<i>Attractiveness</i>	2. Non-fisik	<ul style="list-style-type: none"> • Prilly Latuconsina adalah artis yang terkenal di Indonesia • Bakat dan keahlian Prilly di bidang <i>entertainment</i> membuat dia cocok menjadi <i>brand ambassador</i> • <i>Trend</i> yang dimiliki Prilly Latuconsina menarik untuk diikuti 	Likert
	<i>Congruence</i>	1. Kecocokan	<ul style="list-style-type: none"> • Prilly Latuconsina dirasa cocok untuk menjadi <i>brand ambassador</i> Shopee • Karena usia muda dan aktif di media sosial, Prilly Latuconsina dirasa cocok untuk menjadi <i>brand ambassador</i> Shopee 	Likert

			<ul style="list-style-type: none"> • Dengan <i>image</i>-nya yang sesuai anak muda, Prilly Latuconsina dirasa cocok untuk menjadi <i>brand ambassador</i> Shopee 	
		2. <i>Credibility</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kredibilitas yang dimiliki Prilly Latuconsina dapat mendorong saya untuk memakai Shopee • Prilly Latuconsina memiliki kredibilitas yang cukup dalam menyampaikan informasi mengenai Shopee • Prilly Latuconsina memiliki kredibilitas yang dapat meyakinkan dan membuat saya percaya terhadap Shopee 	Likert
Brand Image (Y) (Keller, 2008, h. 56)	Strength	1. <i>Attributes</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Shopee memiliki atribut bisnis dengan menggunakan <i>mobile platform</i> • Shopee memiliki atribut yang mempermudah saya dalam mencari barang melalui aplikasi <i>smartphone</i> • Atribut Shopee (logo) menarik 	Likert
		2. <i>Benefits</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Shopee memiliki <i>benefit</i> yaitu mudah belanja secara <i>online</i> • <i>Benefit</i> Shopee yaitu memiliki banyak fitur yang mempermudah belanja <i>online</i> • <i>Benefit</i> Shopee yaitu banyak ada diskon dan promo 	
	Favorability	1. <i>Desirability</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Shopee memiliki <i>desirability</i> sebagai <i>e-commerce</i> yang mudah digunakan 	Likert

			<ul style="list-style-type: none"> • Saya memiliki keinginan untuk menggunakan Shopee untuk belanja <i>online</i> • Saya berkeinginan memakai fitur promo dan diskon yang Shopee tawarkan • Saya berkeinginan menunggu barang yang diinginkan didiskon atau dapat promo 	
		2. <i>Deliverability</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk yang dipajang ter-<i>deliver</i> secara baik dan menyeluruh • Shopee telah men-<i>deliver</i> bahwa Shopee mudah digunakan • Shopee telah men-<i>deliver</i> bahwa ada fitur promo dan diskon saat belanja 	Likert
	Uniqueness	1. <i>Points of parity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Points of parity</i> Shopee dengan <i>e-commerce</i> lainnya yaitu sama-sama terkenal di Indonesia • <i>Points of parity</i> yang Shopee miliki dengan <i>e-commerce</i> lain yaitu barangnya yang dijual sama (mudah dicari) 	Likert
		2. <i>Points of difference</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Shopee yang mudah dibedakan dengan <i>e-commerce</i> lain menjadi <i>points of difference</i> • Shopee terdapat fitur yang unik dan berbeda sehingga memiliki <i>points of difference</i> dari yang lain 	Likert

Sumber: Olahan Penulis

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data primer

Setelah membuat kategorisasi dimensi dan indikator di dalam operasionalisasi variabel, tahapan selanjutnya adalah mengumpulkan data. Pengumpulan data ini bertujuan untuk melakukan pengolahan data sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan oleh peneliti. Metode pengumpulan data itu sendiri merupakan beragam teknik dan cara yang digunakan oleh peneliti untuk memungkinkan terjadinya pengumpulan data (Kriyantono, 2012, p. 95).

Penelitian ini akan menggunakan kuesioner sebagai alat utama (primer) dalam pengumpulan data karena penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Kriyantono (2011, p. 97) menjelaskan bahwa kuesioner itu sebagai daftar pertanyaan atau pernyataan yang nantinya diisi oleh responden.

Kuesioner dari penelitian ini akan penulis sebar kepada 400 responden sesuai dengan ketentuan sampel yang telah dipilih. Kuesioner dibuat dalam bentuk pernyataan, di mana untuk membantu memberikan jawaban akan menggunakan skala Likert. Skala Likert itu sendiri digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang ataupun sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2014, p. 93). Penelitian ini akan menggunakan skala Likert dengan skala empat poin, yang tujuannya adalah untuk memudahkan responden. Poin yang akan dihilangkan adalah poin tengah yang umumnya sebagai poin pernyataan netral atau ragu-ragu. Tujuan lain penggunaan skala Likert empat poin adalah untuk memudahkan mendapatkan data secara akurat

karena membantu responden untuk menjawab pernyataan dengan jawaban yang pasti.

Skala Likert empat poin dapat dijelaskan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Setuju (S)

4 = Sangat Setuju (SS)

3.5.2 Data Sekunder

Selain data primer, terdapat juga data sekunder sebagai salah satu cara untuk mendapatkan data penelitian. Riset kepustakaan adalah metode atau teknik pengumpulan data melalui berbagai jurnal ilmiah, buku referensi, bahan publikasi resmi, hingga data *online* (Ruslan, 2010, p. 31). Data sekunder dalam penelitian ini yaitu studi pustaka dari referensi buku dan *online* serta observasi.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Kriyantono menjelaskan beberapa kriteria validitas untuk penelitian kuantitatif. Kriteria tersebut antara lain (Kriyantono, 2012, p. 70):

1. Validitas faktor internal:

a. Apakah alat ukur sesuai dengan apa yang diukur

b. Pemilihan teori atau konsep

c. Pengukuran konsep (reliabilitas) pada definisi operasional

2. Validitas faktor eksternal:

- a. Pemilihan sampel (representatif apa tidak) karena riset kuantitatif bertujuan melakukan generalisasi terhadap hasil riset. Hal ini mengarah pada data kelompok sampel tertentu dianggap mewakili populasi yang lebih besar.

Arikunto (2010, p. 211) menjelaskan validitas sebagai ukuran yang menampilkan tingkat valid dari instrumen. Instrumen yang valid memiliki validitas yang tinggi dan instrumen yang valid rendah memiliki tingkat validitas yang rendah juga.

Dalam upaya penelitian ini memiliki validitas, maka diperlukanlah uji validitas. Penulis menyebarkan kuesioner terlebih dahulu untuk menguji validitas dan mendapatkan 42 responden. Penulis menggunakan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5%. Kemudian, untuk menentukan validitas penelitian ini penulis perlu melihat r tabel untuk rumusnya $df = n-2$, maka $df = 42-2 = 40$. Maka dari itu nilai r tabel dengan toleransi kesalahan 5% adalah sebesar 0.304. Setelah itu, setiap pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid jika nilai r hitung lebih dari 0.304. Untuk detail r tabel dapat dilihat pada bagian Lampiran.

Nilai r hitung kedua variabel dalam penelitian ini dapat dilihat di tabel di bawah ini:

Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel X berdasarkan Nilai R Tabel

CORRELATION			
		TOTAL	KETERANGAN
QX1	Pearson Correlation	.358*	VALID
	Sig. (2-tailed)	.020	
	N	42	
QX2	Pearson Correlation	.178	TIDAK VALID

	Sig. (2-tailed)	.259	
	N	42	
QX3	Pearson Correlation	.703**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QX4	Pearson Correlation	.576**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QX5	Pearson Correlation	.526**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QX6	Pearson Correlation	.508**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QX7	Pearson Correlation	.426**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.005	
	N	42	
QX8	Pearson Correlation	.406**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.008	
	N	42	
QX9	Pearson Correlation	.246	TIDAK VALID
	Sig. (2-tailed)	.116	
	N	42	
QX10	Pearson Correlation	.282	TIDAK VALID
	Sig. (2-tailed)	.070	
	N	42	
QX11	Pearson Correlation	.362*	VALID
	Sig. (2-tailed)	.019	
	N	42	
QX12	Pearson Correlation	.659**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	

	N	42	
QX13	Pearson Correlation	.619**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QX14	Pearson Correlation	.532**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	

Sumber: Pengolahan Data SPSS ver. 22 oleh Penulis

Tabel 3.6 di atas menjelaskan bahwa terdapat tiga pernyataan dari dua indikator yang tidak memenuhi kriteria pengujian yang mana nilai r hitung harus lebih besar dari 0.304. Maka dari itu, total jumlah pernyataan yang layak digunakan dan disebarakan nantinya berjumlah 11 pernyataan.

Tabel 3.7 Uji Validitas Variabel Y berdasarkan Nilai R Tabel

CORRELATION			
		TOTAL	KETERANGAN
QY1	Pearson Correlation	.373*	VALID
	Sig. (2-tailed)	.015	
	N	42	
QY2	Pearson Correlation	.544**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QY3	Pearson Correlation	.570**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QY4	Pearson Correlation	.501**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	42	
QY5	Pearson Correlation	.575**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QY6	Pearson Correlation	.560**	VALID

	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QY7	Pearson Correlation	.669**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QY8	Pearson Correlation	.498**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	42	
QY9	Pearson Correlation	.659**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QY10	Pearson Correlation	.702**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QY11	Pearson Correlation	.435**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.004	
	N	42	
QY12	Pearson Correlation	.631**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QY13	Pearson Correlation	.692**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	42	
QY14	Pearson Correlation	.369*	VALID
	Sig. (2-tailed)	.016	
	N	42	
QY15	Pearson Correlation	.315*	VALID
	Sig. (2-tailed)	.042	
	N	42	
QY16	Pearson Correlation	.688**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	

	N	42	VALID
QY17	Pearson Correlation	.445**	
	Sig. (2-tailed)	.003	
	N	42	

Sumber: Pengolahan Data SPSS ver. 22 oleh Penulis

Tabel 3.7 di atas menjelaskan bahwa seluruh pernyataan memenuhi kriteria pengujian yang mana nilai r hitung harus lebih besar dari 0.304. Maka dari itu, total jumlah pernyataan yang layak digunakan dan disebarakan nantinya berjumlah 17 pernyataan. Untuk detil pernyataan baik valid dan tidak valid dapat dilihat pada Tabel 3.5

3.6.2 Uji Reliabilitas

Ardianto (2010, p. 189) menyebutkan reliabilitas dengan makna indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Alat ukur yang dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan menunjukkan hasil yang relatif dan konsisten, maka dapat dikatakan alat ukur yang digunakan reliabel.

Dalam melakukan pengujian reliabilitas, penulis akan menggunakan metode *Alpha-Cronbach*. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *Alpha* dengan r tabel. Jika nilai *Alpha* lebih besar daripada r tabel, maka dapat disimpulkan instrumen penelitian memiliki nilai yang reliabel.

Tabel 3.8 Tingkat Reliabilitas berdasarkan nilai *Alpha*

<i>Alpha</i>	Tingkat Reliabilitas
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

Sumber: Nugoroho, 2011

Tabel 3.9 *Pre-Test* Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.869	14

Sumber: Pengolahan Data SPSS ver. 22 oleh Penulis

Pada Tabel 3.9 di bagian kolom *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai 0.869 pada variabel X bersifat sangat reliabel.

Tabel 3.10 *Pre-Test* Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.897	17

Sumber: Pengolahan Data SPSS ver. 22 oleh Penulis

Pada Tabel 3.10 di bagian kolom *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai 0.897 pada variabel Y bersifat sangat reliabel.

Tabel 3.11 *Pre-Test* Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.907	31

Sumber: Pengolahan Data SPSS ver. 22 oleh Penulis

Pada Tabel 3.11 di bagian kolom *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai 0.907 pada variabel X dan Y bersifat sangat reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Penulis akan memulai pengolahan data setelah menyebarkan kuesioner kepada 400 responden. Pengolahan data ini terdiri dari uji normalitas, uji korelasi, dan uji regresi. Penulis akan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22 untuk membantu penulis dalam mengolah data.

3.7.1 Uji Normalitas

Ghozali (2013, p. 154) menjelaskan uji normalitas bertujuan untuk menguji residual (variabel pengganggu) di dalam model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak. Normalitas dari data diketahui dengan melihat titik persebaran data pada sumbu diagonal lewat grafik histogram.

Penelitian ini akan menggunakan *normal probability plot*. Normalitas data umumnya dikenali dan dideteksi dengan melihat persebaran data atau titik pada sumbu diagonal dari grafik *normal probability plot*. Data dianggap memiliki distribusi normal bila data menyebar mendekati atau mengikuti garis diagonal. Data dianggap tidak memiliki distribusi normal jika data menyebar menjauhi atau tidak mengikuti garis diagonal (Pramesti, 2014, p. 24)

3.7.2 Uji Korelasi

Analisis korelasi merupakan alat statistik yang berguna dalam mengetahui derajat hubungan linear antar satu variabel dengan variabel lainnya (Sudjarwo dan Basrowi, 2009, p. 284). Hubungan antar variabel dapat berupa hubungan yang kebetulan ataupun hubungan sebab akibat. Dua variabel dapat dikatakan memiliki korelasi jika perubahan dalam satu variabel diikuti oleh perubahan variabel yang lain, baik searah ataupun berlawanan arah.

Sarwono (2006, p. 45) menyebutkan terdapat tiga jenis uji korelasi, yaitu *Pearson Correlation*, *Kendall's tau-b*, dan *Spearman Correlation*. *Pearson Correlation* digunakan pada data berskala interval (rasio), dan *Kendall's tau-b* dan *Spearman Correlation* digunakan pada data berskala ordinal. Sarwono juga memberikan panduan dalam menentukan tingkatan koefisien korelasi:

Tabel 3.12 Hubungan dan Tingkatan Koefisien Korelasi

Nilai Koefisien	Penjelasan
+0,70 - ke atas	A very strong positive association (hubungan positif sangat kuat)
+0,50 - +0,69	A substantial positive association (hubungan positif mantap)
+0,30 - +0,49	A moderate positive association (hubungan positif sedang)
+0,10 - +0,29	A low positive association (hubungan positif rendah)
+0,01 - +0,09	A negligible positive association (hubungan positif tidak berarti)
0,0	No association (tidak ada hubungan)
-0,01 - -0,09	A negligible negative association (hubungan negatif tidak berarti)
-0,10 - -0,29	A low negative association (hubungan negatif rendah)
-0,30 - -0,49	A moderate negative association (hubungan negatif sedang)
-0,50 - -0,69	A substantial negative association (hubungan negatif mantap)
-0,70 - ke bawah	A very strong positive assication (hubungan negatif sangat kuat)

Sumber: Bungin, 2009, p. 194

Penelitian ini akan menggunakan metode *Pearson Correlation*. Nilai korelasi (r) berkisar antara 1 hingga -1. Semakin nilai mendekati angka 1 atau -1 maka hubungan antar variabel akan semakin kuat dan semakin mendekati nilai 0 maka hubungan antar variabel akan semakin lemah.

3.7.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Bungin (2014, p. 232) menjelaskan uji regresi digunakan untuk menguji variabel independen terhadap dependen dan untuk melihat besar kecilnya perbedaan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji regresi memiliki dua bentuk pengujian berdasarkan jumlah variabel, yaitu uji regresi linear sederhana dan uji regresi linear berganda. Penelitian ini akan menggunakan uji regresi linear sederhana karena memiliki dua variabel penelitian, variabel X (*brand ambassador*) dan variabel Y (*brand image*). Berikut merupakan rumus dari regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a : Nilai konstanta atau harga Y apabila X = 0

b : Koefisien regresi. Menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen berdasarkan pada perubahan independen. Garis yang menaik menunjukkan positif (+), sedangkan garis yang menurun menunjukkan negatif (-).

U M N
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