

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian didefinisikan seseorang yang melakukan penelitian terhadap segala bentuk kegiatan atau hal apapun yang dapat diteliti sehingga mendapatkan informasi hal baru yang nantinya dapat diambil Simpulannya (Sugiyono, 2018). Objek penelitian ini adalah *E-commerce* Tokopedia. Alasan dipilihnya Tokopedia sebagai Objek Penelitian adalah karena pada tahun 2019 lampau Tokopedia baru saja menunjuk Kpop Idol sebagai *Brand ambassadornya*, dan berdasarkan laporan berita jumlah kunjungan ke *E-commerce* Tokopedia pada tahun 2020 meningkat hingga 90 juta kunjungan perbulannya (Agustiyanti, 2021).

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) menyatakan bahwa proses pengumpulan data untuk menyelesaikan suatu tugas dapat juga disebut dengan metode penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu suatu teknik survei yang menggunakan data numerik sebagai alat untuk memverifikasi informasi dengan menggunakan rumus statistik. Studi ini menyajikan temuannya dalam bentuk interpretasi data. Menurut Sugiyono (2013) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai pendekatan positivis yang menggunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data dari populasi atau sampel tertentu, kemudian mengevaluasi hasilnya secara kuantitatif atau statistik. Survey pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Google form* sebagai media kuisionernya.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik Simpulannya (Sugiyono, 2018, p. 55). Hal ini dilakukan agar pengklasifikasian tiap tiap dimensi dari tiap variabelnya menjadi jelas sehingga analisis yang dilakukan oleh peneliti dapat dipertanggung jawabkan validitasnya. Adapun penjelasan mengenai operasionalisasi variabel dari penelitian ini yakni:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Brand ambassador</i>	Visibilitas	Popularitas	Tingkat Popularitas <i>K-pop Idol</i>	Interval
		Prestasi	Tingkat Prestasi <i>K-pop Idol</i>	
	Kredibilitas	Kemampuan	Tingkat Kemampuan <i>K-pop Idol</i>	Interval
		Kepercayaan	Tingkat Kepercayaan terhadap <i>K-pop Idol</i>	
	Daya Tarik	Penampilan	Tingkat Penampilan <i>K-pop Idol</i>	Interval
		Persepsi	Tingkat Persepsi Terhadap <i>K-pop Idol</i>	
Kesesuaian dengan target		Tingkat Kesesuaian dengan target		
<i>Consumer Trust</i>	Kesungguhan	Kesungguhan Pelanggan pada tanggung jawab perusahaan	Pelanggan yakin akan bertanggung jawab apabila terjadi permasalahan	Interval
		Kesungguhan Pelanggan pada produk perusahaan yang berkualitas	Pelanggan yakin produk yang dijual berkualitas	

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		Kesungguhan pada Perusahaan dalam memenuhi kebutuhan	Pelanggan yakin pada Tokopedia memenuhi kebutuhannya	
		Kemampuan perusahaan dalam memberikan keamanan bertransaksi	Konsumen Tokopedia memberikan keamanan dalam bertransaksi	Percaya Interval
	Kemampuan	Kemampuan Perusahaan memenuhi harapan	Konsumen Tokopedia memenuhi konsumen	percaya bisa harapan
		Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan	Konsumen keterampilan Tokopedia memberikan pelayanan	percaya dalam
		Kejujuran perusahaan dalam bertransaksi	Konsumen dengan kejujuran Tokopedia bertransaksi	Percaya Interval
	Integritas	Kejujuran Perusahaan dalam ketentuan	Konsumen Tokopedia mengirim barang sesuai	percaya akan

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		proses pengiriman barang	dengan pengiriman	ketentuan
		Kejujuran dalam mengirim barang yang dipesan	Konsumen Tokopedia mengirim produknya	percaya akan spesifikasi
	Kesediaan Konsumen dalam menerima konsekuensi	Kesediaan Konsumen menerima risiko atau konsekuensi yang mungkin terjadi	Tingkat pelanggan risiko yang mungkin terjadi pada produk yang dijual di Tokopedia dan pada proses pengiriman barang	Kesediaan menerima konsekuensi yang mungkin terjadi
<i>Purchase Decision</i>	Pilihan Produk	Kebutuhan akan Produk	Tingkat kebutuhan akan produk	Interval
		Keberagaman Desain Produk	Tingkat keberagaman desain produk	
		Kualitas Produk	Tingkat kualitas produk	
	Pilihan Merk	Kepercayaan	Tingkat Kepercayaan terhadap merk	Interval
		Popularitas	Tingkat popularitas merk	

informan yang dibutuhkan adalah *K-popers* yang pernah membeli *merchandise* dengan kriteria remaja berusia 15-27 Tahun, bertempat tinggal di Jabodetabek.

2. Data sekunder menurut Sugiyono (2018) Sumber utama data sekunder untuk penelitian ini adalah artikel, jurnal, buku, atau bahan bacaan lainnya. Sumber data sekunder adalah sumber yang secara tidak langsung memberikan informasi kepada pengumpul data.

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun alat pengumpulan informasi pada penelitian ini adalah dengan menggunakan **Kuisisioner**. Menurut Ferdinand (2014), Kuisisioner adalah salah satu alat pengumpulan informasi yang digunakan melalui telepon, surat, atau secara langsung dengan menjawab serangkaian pertanyaan dan pernyataan. Guna menilai respon daripada responden, nantinya jawaban akan diberikan dalam bentuk skala likert. Skala Likert adalah Skala yang digunakan dalam menilai perasaan satu atau lebih orang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Adapun bentuk skala tersebut terlampir pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Jenis Jawaban	Skala
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (0)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut perspektif (Sugiyono, 2018, p. 117) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian

ditarik Simpulan”. Berdasarkan survey pengunjung Tokopedia di tahun 2022 adalah 158 juta pengunjung. (Goodstats, 2022). Namun pada penelitian ini Populasi tidak diketahui karena jumlah seluruh pengunjung Tokopedia tidak seluruhnya sesuai dengan kriteria responden yang dibutuhkan.

3.3.2 Sampel

Dalam upaya mengestimasi ukuran populasi yang belum diketahui, digunakanlah rumus Cochran sebagai berikut dalam menentukan ukuran sampel (Sugiyono, 2018, p. 148):

$$\text{Dimana : } n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

n : Jumlah sampel yang diperlukan

Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, 95%

p : Peluang Benar 50% = 0,5

q : Peluang Salah 50% = 0,5

Moe : *Margin of Error*, umumnya menggunakan kesalahan 1%, 5%, atau 10%

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dengan nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat *Moe* sebesar 5%. Maka jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 97 responden. Oleh karena itu penelitian ini akan membutuhkan jumlah responden sebanyak **100**.

Penggunaan metode untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini digunakan *random sampling* sebagai metode dengan *sampling jenuh*. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2018, p. 120) *random sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Pada penelitian ini jumlah sampel adalah sebanyak **100** orang.

3.4 Uji Validitas dan Reabilitas

3.4.1 Uji Validitas

“Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan instrumen” (Arikunto S. , 2016). Instrumen dalam penelitian ini ialah kuesioner. Hasil uji validitas angket menunjukkan seberapa baik data benar-benar dapat mengukur hal-hal yang perlu diukur. Jika nilai *r* dihitung dengan menggunakan rumus derajat kebebasan (*df*) dengan tingkat signifikansi 5% (*n* = jumlah sampel), maka elemen instrumen dianggap valid. Soal dan tes dianggap valid jika dapat memberikan informasi yang akan diukur oleh tes tersebut (Ghozali, 2018).

Adapun uji validitas yang dilaksanakan menerapkan teknik analisis korelasi *product moment* yang dicetuskan oleh Karl Pearson. Berikut ini ialah rumus korelasi *Pearson product moment* yang digunakan:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Hidayat, 2021)

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

X = Skor tiap butir angket dari tiap responden

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyaknya responden

Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$) dapat disebut valid serta layak dijadikan item pada angket penelitian. Bila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dinyatakan tidak valid item tersebut.

Tabel 3.3 Interpretasi Besar Nilai r

Besarnya Nilai r	Interpretasi
0,800 - 1,000	Sangat Tinggi
0,600 - 0,800	Tinggi
0,400 - 0,600	Sedang
0,200 - 0,400	Rendah

(Hidayat, 2021)

Nilai t dibandingkan dengan harga tabel dengan $dk = n - 2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka soal tersebut valid

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka soal tersebut tidak valid

3.4.2 Uji Reabilitas

Menurut (Kuncoro, 2009), reliabilitas merepresentasikan konsistensi dan kestabilan skor atau skala. Jika skala atau pengukuran data yang konsisten menghasilkan hasil yang sama ketika pengukuran dilakukan, itu dianggap andal. Jika nilai koefisien α lebih besar dari 60% atau 0,6, survei dianggap andal; selain itu dapat diandalkan jika kurang dari 60% atau 0,6 (Ferdinand, 2014).

Rumus yang digunakan dalam mengukur reabilitas yaitu:

$$C\alpha = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t}\right)$$

Keterangan:

$C\alpha$ = Reabilitas Instrumen

K = Banyak Butir Soal

$\sum \sigma^2$ = Jumlah Varians butir soal

σ^2 = Varians Total

Sedangkan rumus variansnya adalah:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti item pertanyaan dikatakan reliabel
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ berarti item pertanyaan dikatakan tidak reliabel
3. Secara teknis pengujian instrumen dengan rumus-rumus di atas menggunakan fasilitas *software SPSS 22.0 for windows*.

Tabel 3.4 Tingkat Reabilitas Nilai *Alpha*

<i>Alpha</i>	Tingkat Reabilitas
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

(Arikunto S. , 2017)

Tofani Rahmalia, 2023

PENGARUH K-POP IDOL SEBAGAI BRAND AMBASSADOR MELALUI CONSUMER TRUST TERHADAP PURCHASE DECISION DI TOKOPEDIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.5 Rancangan Analisis Data

3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Dalam artikel penelitiannya Setiawati (2021), mendefinisikan uji asumsi klasik sebagai langkah yang diperlukan dalam analisis regresi linier. Tujuannya guna memastikan bahwa hasil yang didapat dari persamaan regresi terjamin ketetapan dalam estimasinya, konsisten, dan bebas dari bias, sehingga model dapat digunakan untuk melakukan prediksi terhadap variabel terikat. Adapun tahapan-tahapan dari uji asumsi klasik adalah Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedastisitas, dan Uji Normalitas.

3.5.2 Uji Multikolinieritas

Tujuan pengujian ini adalah untuk membuktikan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas model regresi. Kemunculan korelasi antar variabel bebas dalam model regresi tidak dianjurkan. Jika variabel independen, korelasinya tidak lagi ortogonal. Jika tidak ada korelasi antara variabel bebas lainnya, maka suatu variabel dikatakan orthogonal. *Variance inflation factor* (VIF) dan nilai toleransi digunakan untuk mengevaluasi multikolinearitas model regresi yang digunakan dalam penyelidikan ini. Nilai toleransi yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 keduanya berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas (Ghozali, 2018).

3.5.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain yang diukur dengan uji heteroskedastisitas Gletser yang angkanya diperhitungkan secara otomatis dalam SPSS *versi* 22. Nantinya data dapat dikatakan mengalami heteroskedastisitas jika nilai signifikansi ≤ 0.05 dan tidak terjadi jika nilai signifikansi > 0.05 (Ghozali, 2018).

3.5.4 Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah model dengan distribusi normal atau mendekati normal. Variabel independen dan dependen dalam model regresi, atau keduanya, diuji menggunakan uji normalitas untuk menentukan apakah variabel tersebut terdistribusi

secara merata. Distribusi data sepanjang sumbu diagonal histogram menunjukkan bahwa kumpulan data dianggap normal (Ghozali, 2018).

3.6 Rancangan Pengujian Hipotesis

3.6.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Sementara variabel lain dianggap konstan, t-statistik digunakan untuk menguji sebagian pengaruh X terhadap Y. Uji dua arah dan satu arah dapat dilakukan. Jika nilai t signifikan lebih kecil dari 0,05, model berpengaruh signifikan; jika lebih besar dari 0,05 maka model tidak berpengaruh signifikan. Ini adalah tingkat signifikansi dari nilai t ($\alpha = 0,05$). Uji-t dilakukan dengan menggunakan rumus uji-t untuk mengetahui apakah hubungan antara masing-masing variabel saling berpengaruh.

$$t = \frac{r\sqrt{n - k - 1}}{1 - r^2}$$

r = Nilai Korelasi Parsial

n = Jumlah Sampel

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

3.6.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Kriteria uji-F membandingkan tingkat signifikansi nilai F ($\alpha = 0,05$) dengan asumsi nilai signifikansi (α) 0,05. Jika nilai signifikan $> (\alpha)$ 0,05, berarti model regresi yang dihasilkan diterima untuk digunakan lebih lanjut mewakili penolakan model regresi yang dihasilkan untuk digunakan dalam penyelidikan lebih lanjut. Hipotesis kemudian diuji untuk melihat apakah itu benar atau salah. Rumus berikut digunakan untuk melakukan pengujian menggunakan uji signifikan koefisien berganda pada tingkat signifikansi 5%:

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

F = Rasio

R^2 = Hasil Perhitungan R dipangkatkan dua

K= Banyak nya variabel bebas

N= Jumlah sampel

dk (n-k-1) = Derajat kebebasan

Tolak H0 Jika Fhitung > Ftabel - H1 diterima (signifikan).

Terima H0 Jika Fhitung < Ftabel - H1 ditolak (tidak signifikan).

3.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2018), Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengevaluasi keefektifan model terhadap variabel dependen. Antara 0 dan 1 adalah nilai R². Nilai R² yang rendah berarti kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Ketika nilai variabel independen mendekati 1, ini memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Rumus berikut digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Brand ambassador* (X), *Consumer Trust* (Y) dan *Purchase Decision* (Z), seperti yang diungkapkan melalui metode penyajian yang dibawah ini:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Determinasi

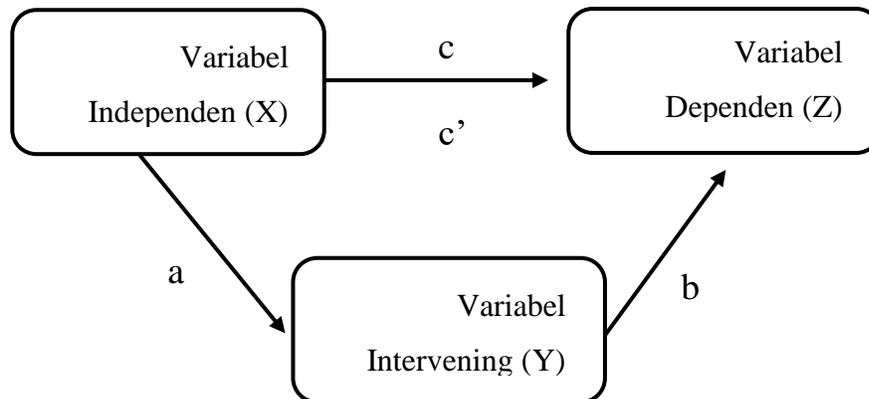
3.6.4 Rancangan Path Analyst dan Uji Sobel

Untuk mengevaluasi hipotesis yang diajukan serta pengaruh variabel mediasi (variabel intervening) dalam memediasi variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan path analysis dan uji Sobel. Analisis regresi digunakan dalam analisis jalur untuk mengevaluasi hubungan kausal antara variabel 27 yang ditentukan secara teoritis. Analisis regresi berganda adalah bagian dari perluasan analisis jalur (Ghozali, 2018).

1. Path Analysis (Analisis Jalur)

Menurut Ghozali (2018) menjelaskan bahwa menggunakan teknik analisis jalur untuk menguji pengaruh variabel intervening. Analisis jalur merupakan perluasan dari regresi linier berganda atau menggunakan analisis regresi untuk menghitung kausalitas antar variabel yang telah dibangun secara teoritis (*causal model*). Analisis jalur tidak dapat digunakan sebagai pengganti pengakuan peneliti atas hubungan sebab akibat antar variabel atau sebagai alat untuk menentukan sendiri hubungan sebab akibat.

Analisis jalur dapat digunakan untuk menemukan pola korelasi antara tiga variabel atau lebih. Pola hubungan antara tiga variabel atau lebih dapat ditemukan dengan menggunakan analisis jalur. Path analysis dilakukan untuk menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Z) melalui variabel intervening (Y). Pengaruh tidak langsung X ke Z melalui Y dihitung dengan cara mengalikan jalur $X \rightarrow Y$ (a) dengan jalur $Y \rightarrow Z$ (b) atau ab . Gambar model analisis jalur adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Gambar Model Analisis Jalur

2. Uji Sobel

Uji ini juga bertujuan untuk mengukur besaran efek dari variabel-variabel antara yang penting. Pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel pencarian akan ditunjukkan oleh koefisien analisis jalur. Besarnya pengaruh langsung dinyatakan sebagai penjumlahan koefisien keluaran SPSS, tetapi besarnya pengaruh tidak langsung harus ditentukan dengan mengalikan koefisien ($p_2 \times p_3$). Tes Sobel, mengalikan faktor signifikansi, digunakan untuk menentukan apakah mediasi memiliki efek yang jelas. Tes Sobel dilakukan sebagai berikut:

Rumus berikut untuk menentukan standar error dari koefisien indirect effect (Sp_2p_3):

$$SP_2P_3 = \sqrt{p_3^2 Sp_2^2 + P_2^2 Sp_3^2 + SP_2^2 Sp_3^2}$$

Berdasarkan hasil perhitungan Sp_2p_3 , dapat digunakan rumus berikut untuk mendapatkan t-statistik pengaruh mediasi:

$$t = \frac{p_2p_3}{Sp_2p_3}$$

Nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t pada tabel, dan jika nilai t hitung lebih tinggi, dapat disimpulkan bahwa efek antara lebih kuat secara signifikan.

3.6.5 Alat Analisis

Data kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, artinya data dikumpulkan dan disajikan sebagai data numerik yang dapat dianalisis menggunakan SPSS. SPSS (*Statistical products and services solutions*) adalah aplikasi komputer yang paling banyak digunakan untuk pengolahan data statistik dan digunakan oleh para peneliti untuk berbagai tugas seperti riset pasar, penelitian, tesis, tesis dan proyek penelitian lainnya (Oktofiyani dkk., 2016 dalam Patria N, A, (2019)).

Data penelitian ini diolah oleh peneliti dengan menggunakan program komputer SPSS *versi 22*. Kajian ini memberikan ringkasan umum dari informasi yang diolah, dievaluasi, dan didiskusikan.