

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk menguji hubungan antar variabel, baik variabel independen maupun dependen. Variabel-variabel ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- *Brand ambassador* sebagai variabel bebas (X1).
- *Brand equity* sebagai variabel terikat (Y).

Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis tingkat pengaruh *brand ambassador* dalam meningkatkan *brand equity*.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data survei. Pendekatan yang dipilih bersifat deskriptif untuk menggambarkan karakteristik variabel penelitian, sekaligus bersifat terverifikasi untuk menguji secara empiris hubungan dan pengaruh antarvariabel. Menurut Bakti Setyadi, (2022), metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang berfokus pada pengujian populasi atau sampel tertentu, dengan data berbasis numerik yang kemudian dianalisis secara sistematis menggunakan alat statistik. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna allobank yang mengetahui wonwoo dan mingyu seventeen sebagai *brand ambassador*. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengukur Tingkat efektivitas *brand ambassador* dalam meningkatkan *brand equity* AlloBank.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain kausal. Menurut Bakti Setyadi, (2022) Penelitian kausal dapat didefinisikan sebagai pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel, sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh variabel bebas

terhadap variabel terikat yang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat dari variabel independen *brand ambassador* terhadap variabel dependen *brand equity*. Penelitian ini berfokus untuk mengkaji sejauh mana pengaruh *brand ambassador* dalam meningkatkan *brand equity*, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang faktor-faktor yang memengaruhi kesetiaan konsumen terhadap suatu merek.

3.3 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian memperjelaskan secara detail dan definisi dari setiap variabel yang akan diteliti, sehingga dapat diukur secara kuantitatif dan dianalisis secara empiris. Penelitian ini mencakup variabel bebas *Brand Ambassador* (X), serta *Brand Equity* (Y) sebagai variabel terikat. Untuk memperjelas pemahaman mengenai bagaimana masing-masing variabel didefinisikan dan diukur, penelitian ini menyajikan tabel operasionalisasi variabel yang merinci indikator-indikator utama dari setiap variabel.

Tabel 3. 1 *Operasional Variabel*

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Brand Ambasador</i> (X) <i>Brand ambassador</i> adalah figur publik yang dipilih untuk mewakili merek dengan tujuan memperkuat identitas dan daya tarik merek kepada target audiens. (Nadila & Windasari, 2022)	<i>Attraction</i>	Tingkat ketertarikan terhadap visual wonwoo dan mingyu seventeen pada iklan allobank	Interval (1-5)
		Tingkat persepsi terhadap wonwoo dan mingyu seventeen sebagai brand ambassador	
	<i>Visibility</i>	Tingkat popularitas wonwoo dan mingyu seventeen sebagai	Interval (1-5)

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		brand ambassador di media dan publik	
		Tingkat keseringan tampilnya brand ambassador didepan publik	
	<i>Credibility</i>	Tingkat prestasi wonwoo dan mingyu seventeen sebagai brand ambassador	Interval (1-5)
		Tingkat keahlian brand ambassador dalam menyampaikan informasi	
	<i>power</i>	Tingkat kemampuan seorang brand ambassador dalam mempengaruhi masyarakat	Interval (1-5)
		Tingkat kepercayaan pada brand ambassador	
<i>Brand Equity</i> (Y) seperangkat aset dan kewajiban merek yang terkait dengan merek, nama dan simbolnya, yang menambah	<i>Brand Image</i>	Tingkat popularitas aplikasi bank digital allobank	Interval (1-5)
		Tingkat keandalan merek allobak	

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
atau mengurangi nilai yang diberikan oleh suatu produk atau layanan kepada perusahaan dan/atau kepada pelanggan perusahaan tersebut (Le et al., 2024)	<i>Brand Awareness</i>	Tingkat persentase pelanggan yang mengenali merek dipengaruhi oleh kemudahan dalam mengingat logo dan slogan.	Interval (1-5)
		Tingkat kesadaran terhadap merek aplikasi allobank	
		Tingkat pengetahuan terhadap karakteristik allobank	

3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, menggunakan data primer dan data sekunder sebagai dasar analisis, dimana keduanya saling melengkapi untuk menjawab permasalahan penelitian. Data primer dikumpulkan langsung melalui para pengguna allobank terutama yang mengetahui mingyu dan wonwoo sebagai *brand ambassador* melalui kuesioner yang dirancang untuk menggali informasi mengenai *Brand Equity* terhadap meningkatkan nilai merek yang dipengaruhi oleh *brand ambassador*. Menurut Sugiyono (2019), pengumpulan data primer memiliki peranan penting dalam penelitian, karena data diperoleh langsung dari responden sehingga informasi yang dihasilkan relevan, akurat, dan dapat dijadikan dasar yang valid untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Data sekunder akan diperoleh dari sumber-sumber lain seperti top bank digital di Indonesia terutama pada AlloBank, artikel jurnal, dan studi sebelumnya yang berkaitan dengan *brand ambassador* dan *brand equity*. Sumber data sekunder

ini berfungsi untuk memberikan konteks dan landasan teori yang lebih kuat dalam penelitian, serta membantu dalam menganalisis tren dan pola yang ada di dalam industri perbankan digital. Dengan memadukan kedua jenis data ini, penelitian ini mampu menyajikan gambaran yang lebih lengkap dan mendalam mengenai hubungan antara *brand ambassador* dan *brand equity*.

Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data

No	Data Penelitian	Jenis Penelitian	Sumber Data
1	Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia	Data sekunder	<i>We Are Social</i>
2	Jumlah Pengguna Bank Digital	Data sekunder	<i>Populix</i>
4	Gambaran umum mengenai perilaku pembayaran digital konsumen di Indonesia	Data sekunder	<i>We Are Social</i>
5	Menggunakan & mengetahui <i>brand ambassador</i> allobank	Data primer	responden

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat diartikan sebagai suatu langkah penting dalam penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dan akurat terkait dengan variabel yang menjadi objek penelitian. Hafni Sahir (2021) menyatakan bahwa metode yang digunakan harus tepat dan selaras dengan pendekatan penelitian agar temuan yang diperoleh sesuai dengan tujuan atau hipotesis yang telah ditetapkan sejak awal. Jika terjadi kesalahan dalam proses ini, maka Kesimpulan yang dihasilkan bisa menjadi tidak akurat, relevansi penelitian dapat terganggu, dan sumber daya seperti waktu serta tenaga yang telah dikeluarkan akan terbuang sia-sia.

Ada beberapa teknik yang bisa digunakan, seperti survei, wawancara, dan observasi. Dalam penelitian ini, menggunakan beberapa metode digunakan untuk mengumpulkan data, yaitu :

1. Kuesioner

Metode kuesioner adalah cara memperoleh data dengan memberikan sejumlah pertanyaan yang dirancang khusus kepada responden. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data primer dari responden berupa pengguna AlloBank yang sudah familiar dengan wonwoo dan mingyu sebagai *brand ambassador*. Pertanyaan dalam kuesioner akan mencakup aspek-aspek terkait *brand ambassador* dan *brand equity*. Dengan menggunakan kuesioner, peneliti bisa mendapatkan informasi secara langsung dari responden, sehingga data dan temuan yang diperoleh diharapkan memiliki tingkat akurasi yang lebih tinggi dan benar-benar mencerminkan kondisi faktual yang terjadi di lapangan. Fungsi dari kuesioner ini adalah untuk memberikan data yang kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik, sehingga hubungan antar variabel dapat diukur dengan lebih tepat.

2. Studi Literatur

Studi literatur merupakan metode pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan cara menelaah, menganalisis, dan mengevaluasi berbagai sumber tertulis, meliputi buku-buku, artikel ilmiah, dan laporan penelitian terdahulu, yang mempunyai relevansi langsung dengan topik yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, studi literatur akan membantu peneliti memahami berbagai teori yang menjadi dasar konsep *brand ambassador* dan *brand equity*. Fungsi dari studi literatur adalah untuk memberikan kerangka teoritis yang kuat dan menjadikan penelitian ini lebih komprehensif. Dengan mengkaji penelitian-penelitian terdahulu, peneliti juga bisa menemukan celah yang bisa dijelajahi lebih lanjut dalam penelitian ini, sehingga bisa memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap bidang studi yang sedang dibahas.

3.5 Populasi, Sampel, dan teknik sampling

3.5.1 Populasi

Populasi Mengacu pada semua subjek atau individu yang menjadi target penelitian, yang merupakan sumber data utama untuk analisis. Menurut

Suryanto & Berlianto, (2022) Populasi adalah semua objek atau subjek yang mempunyai sifat dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan digunakan sebagai dasar pengambilan kesimpulan. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh pengikut allobank, yaitu @allobank, yang pertanggal 30 April 2025 berjumlah sekitar 135rb followers.

3.5.2 Sample

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk dianalisis, dengan harapan akan mewakili keseluruhan populasi. Pemilihan sampel harus dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan kesimpulan penelitian dapat diterapkan secara umum. Menurut Sugiyono, (2019) sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili jumlah dan karakteristik yang ada. Dalam penelitian ini, sampel diambil dari kelompok orang yang mengikuti akun Instagram @allobank yang mengetahui atau menggunakan allobank. karena jumlahnya sudah diketahui peneliti menggunakan rumus Slovin, yang secara matematis dijelaskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan

n = jumlah sample yang diperlukan

N = jumlah populasi

e = *margin of error* 5%

$$\begin{aligned} n &= \frac{135.000}{1 + 135.000(0,05)^2} \\ &= \frac{135.000}{1 + 135.000(0,0025)} \\ &= \frac{135.000}{1 + 337,5} = \frac{135.000}{338,5} = 398,81 \end{aligned}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus yang telah dijelaskan dengan Tingkat *margin of error* 5% dan nilai N nya 135.000, kemudian estimasi populasi yang akan digunakan 5% atau 0,05 yaitu sebesar 398,81 responden di bulatkan menjadi 399 responden.

3.5.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah suatu cara yang digunakan untuk memilih sampel sesuai dengan besarnya yang telah ditetapkan sebagai sumber data utama (Nur Hikmatul Auliya et al., 2020). Proses ini dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik serta distribusi populasi agar sampel yang diperoleh dapat mewakili populasi secara akurat.

Sampel penelitian diambil dengan menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Teknik ini digunakan untuk:

1. Responden telah mengikuti akun instagram @allobank.
2. Responden mengetahui atau memiliki pengalaman menggunakan layanan Allo Bank.
3. Responden mengetahui bahwa Wonwoo & Mingyu Seventeen sebagai brand Ambassador dari Allobank

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Uji Instrumen penelitian merupakan metode yang digunakan untuk memastikan bahwa pengumpulan data relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, instrumen utama yang digunakan adalah kuesioner yang disusun secara sistematis. Kuesioner ini dirancang khusus untuk mengukur variabel-variabel utama dalam penelitian, yaitu *brand ambassador*, dan *brand equity*. Setiap pertanyaan dalam kuesioner dirancang untuk menggali informasi yang mendalam dan terukur mengenai pengalaman serta persepsi responden terhadap kedua variabel tersebut.

Salah satu metode pengukuran dalam kuesioner ini menggunakan Skala Interval dengan Skala Likert, yang umumnya digunakan untuk menilai tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan tertentu. Skala ini memungkinkan responden untuk memberikan tanggapan yang mencerminkan sikap mereka dengan lebih terperinci, seperti memilih tingkat dari "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju." Dengan menggunakan Skala Likert, data yang diperoleh dapat dianalisis secara kuantitatif untuk memberikan wawasan yang lebih akurat tentang hubungan antar variabel yang diteliti.

Tabel 3. 3 Tingkat Skala Likert

Keterangan	skor
Sangat Tidak Setuju/Sesuai/Baik	1
Tidak Setuju/Sesuai/baik	2
Netral	3
Setuju/Sesuai/Baik	4
Sangat Setuju/Sesuai/Baik	5

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses yang digunakan untuk menilai apakah suatu kuesioner mampu secara akurat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Nur Hikmatul Auliya et al., (2020) menyatakan bahwa validitas mengacu pada sejauh mana kesesuaian antara data yang diperoleh dari objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan kata lain, data yang dianggap valid adalah data yang benar-benar mencerminkan kondisi sebenarnya di lapangan, tanpa adanya perbedaan antara fakta yang terjadi dan laporan yang disusun oleh peneliti.

Uji validitas dilakukan dengan Rasch Model menggunakan software Winstep 3.73 dan dirancang untuk menilai validitas setiap item dalam kuesioner. Aspek yang dipertimbangkan adalah *Outfit Mean Square* (MNSQ), *Outfit Z-Standard* (ZSTD) dan *Outfit Point Measure Correlation* (PT Mean Corr.). kriteria yang digunakan berdasarkan pada buku Sari & Mahmudi (2024) sebagai berikut:

- a. Kriteria yang dapat diterima untuk *Outfit Mean Square* berkisar antara 0.50 hingga 1.50, hal ini digunakan untuk menguji konsistensi jawaban responden sesuai dengan tingkat kesulitan item pertanyaan.
- b. Kriteria yang dapat diterima untuk *Outfit Z-Standard* berkisar antara -2.0 hingga +2.0, digunakan untuk mengidentifikasi apakah suatu item pertanyaan berfungsi sebagai outlier, tidak relevan, atau memiliki tingkat kesulitan yang tidak tepat.

- c. Kriteria yang dapat diterima untuk *Point Measure Correlation* (PT Mean Corr.) berkisar 0.4 hingga 0.85, yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik item pertanyaan dapat mengukur variabel yang dituju tanpa menimbulkan kebingungan atau respons yang berbeda dari item lainnya.

Apabila suatu item pernyataan setidaknya memenuhi dua atau tiga kriteria diatas, maka item tersebut dianggap valid dan layak digunakan. Berdasarkan hasil analisis terhadap 18 item pernyataan yang diuji pada 33 responden, diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut :

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas

Item STATISTICS: MEASURE ORDER													
ENTRY NUMBER	TOTAL SCORE	TOTAL COUNT	MEASURE	MODEL S.E.	INFIT MNSQ	ZSTD	OUTFIT MNSQ	ZSTD	PT-MEASURE CORR.	EXP.	EXACT OBS%	MATCH EXP%	Item
16	114	33	1.63	.28	1.52	1.9	1.42	1.6	.59	.74	54.5	60.8	N16
18	121	33	1.06	.29	.87	-.5	.85	-.6	.77	.75	57.6	60.9	N18
13	126	33	.64	.29	.94	-.2	.90	-.4	.72	.75	69.7	59.4	N13
17	127	33	.56	.29	1.43	1.7	1.45	1.8	.68	.75	39.4	58.8	N17
11	131	33	.20	.30	1.02	.2	1.03	.2	.70	.76	54.5	57.1	N11
1	132	33	.11	.30	.57	-2.1	.59	-2.1	.82	.76	72.7	56.9	N1
8	133	33	.02	.30	1.12	.6	1.09	.5	.75	.76	54.5	56.8	N8
12	133	33	.02	.30	.85	-.6	.83	-.7	.83	.76	60.6	56.8	N12
14	135	33	-.17	.31	1.07	.4	1.10	.5	.77	.76	57.6	58.8	N14
2	136	33	-.26	.31	.94	-.2	.91	-.3	.85	.76	57.6	59.7	N2
7	136	33	-.26	.31	.59	-2.0	.61	-1.9	.80	.76	63.6	59.7	N7
15	136	33	-.26	.31	1.44	1.7	1.37	1.5	.71	.76	63.6	59.7	N15
4	137	33	-.36	.31	1.17	.8	1.13	.6	.77	.76	48.5	61.3	N4
5	137	33	-.36	.31	.84	-.7	.83	-.7	.77	.76	60.6	61.3	N5
9	137	33	-.36	.31	.86	-.5	.82	-.7	.82	.76	66.7	61.3	N9
3	139	33	-.56	.32	.88	-.4	.86	-.5	.76	.76	69.7	63.6	N3
10	140	33	-.67	.33	.83	-.7	.84	-.6	.83	.76	72.7	64.8	N10
6	143	33	-1.00	.34	.90	-.3	.88	-.4	.79	.77	63.6	68.5	N6
MEAN	132.9	33.0	.00	.31	.99	-.1	.97	-.1			60.4	60.3	
S.D.	6.9	.0	.62	.01	.26	1.1	.24	1.0			8.4	2.9	

Sumber : Diolah menggunakan Winstep 3.73

Berdasarkan dari data tersebut pada dari 18 butir soal terdapat satu butir yang tidak memenuhi setidaknya satu butir soal yang tidak valid, yaitu item dengan kode N1 yang memiliki nilai (ZSTD) lebih dari + 2,0. Meskipun satu butir tidak memenuhi salah satu kriteria, namun tetap dapat digunakan karena masih memenuhi dua kriteria lainnya. Dengan demikian, berdasarkan analisis seluruh item dianggap layak digunakan karena memenuhi minimal dua atau tiga kriteria validitas yang telah ditentukan. Oleh karena itu, item tersebut termasuk dalam kategori diterima.

3.6.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah proses yang bertujuan untuk menentukan sejauh mana hasil pengukuran dari suatu instrumen dapat dipercaya dan konsisten. Sebuah kuesioner dianggap reliable atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan di dalamnya tetap konsisten atau stabil meskipun dilakukan pengukuran ulang pada waktu dan situasi yang berbeda. Dalam penelitian ini, menurut Hafni Sahir (2021) reliabilitas mengacu pada pengujian jawaban responden. Nilai reliabilitas biasanya dinyatakan dalam bentuk angka atau koefisien, di mana semakin tinggi nilai koefisien, semakin kuat Tingkat konsistensi jawaban responden.

Uji reliabilitas dilakukan dengan Rasch Model menggunakan software Winstep 3.73, reabilitas dapat dinilai melalui *summary statistic* yang memberikan informasi menyeluruh tentang kualitas pola respon (person), kualitas instrument (item), dan interaksi antara individu responden dan item instrument nya..

Kriteria untuk menganalisis instrument dalam summary statistik dirujuk dari (Sari & Mahmudi, 2024) sebagai berikut :

- a. Nilai logit *Person Measure* mencerminkan rata-rata skor semua responden dalam menjawab item yang diberikan, jika nilai rata-rata di bawah logit 0,0 menunjukkan bahwa kemampuan responden cenderung lebih rendah dibandingkan dengan tingkat kesulitan item.
- b. *Alpha Cronbach* digunakan untuk menilai reliabilitas, yaitu interaksi antara responden dan item secara keseluruhan, dengan kriteria sebagai berikut :
 - 1.) $< 0,5$ = Buruk
 - 2.) $0,5-0,6$ = Jelek
 - 3.) $0,6 - 0,7$ =Cukup
 - 4.) $0,7 - 0,8$ = Bagus
 - 5.) $>0,8$ = Bagus Sekali

c. Nilai *person reliability* dan *item reliability* menggambarkan konsistensi jawaban responden serta kualitas item dalam instrument, dengan kriteria :

- 1.) $<0,67$ = Lemah
- 2.) $0,67 - 0,80$ = Cukup
- 3.) $0,81 - 0,90$ = Bagus
- 4.) $0,91 - 0,94$ = Bagus Sekali
- 5.) $>0,94$ = Istimewa

Berikut hasil analisis uji reliabilitas yang didapatkan :

Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas

SUMMARY OF 33 MEASURED Person								
	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	72.5	18.0	2.88	.42	.98	-.3	.97	-.3
S.D.	12.0	.0	1.92	.05	.62	1.4	.61	1.4
MAX.	86.0	18.0	5.46	.58	3.83	5.1	3.73	4.9
MIN.	29.0	18.0	-4.18	.36	.47	-2.1	.47	-2.1
REAL RMSE	.46	TRUE SD	1.86	SEPARATION	4.06	Person RELIABILITY		.94
MODEL RMSE	.43	TRUE SD	1.87	SEPARATION	4.39	Person RELIABILITY		.95
S.E. OF Person MEAN = .34								
Person RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = 1.00								
CRONBACH ALPHA (KR-20) Person RAW SCORE "TEST" RELIABILITY = .96								
SUMMARY OF 18 MEASURED Item								
	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	132.9	33.0	.00	.31	.99	-.1	.97	-.1
S.D.	6.9	.0	.62	.01	.26	1.1	.24	1.0
MAX.	143.0	33.0	1.63	.34	1.52	1.9	1.45	1.8
MIN.	114.0	33.0	-1.00	.28	.57	-2.1	.59	-2.1
REAL RMSE	.32	TRUE SD	.53	SEPARATION	1.65	Item RELIABILITY		.73
MODEL RMSE	.31	TRUE SD	.54	SEPARATION	1.75	Item RELIABILITY		.75
S.E. OF Item MEAN = .15								

Sumber : Diolah menggunakan Winstep 3.73

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan Rasch Model,

- a. Nilai *Person Measure* sebesar 2,88 logit yang menunjukkan bahwa secara rata-rata responden mempunyai kemampuan untuk menjawab item
- b. Nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,96 yang menunjukkan interaksi antara person dan semua butir item dalam intrumen tersebut tergolong dalam kategori “Bagus Sekali”.

- c. Nilai *Person Reliability* sebesar 0,94 berada dikategori “Istimewa” yang menunjukkan bahwa tingkat konsistensi responden sangat tinggi.
- d. Nilai item *Reliability* 0,73 berada dalam kategori “Cukup” menunjukkan bahwa adanya konsistensi antar item dalam mengukur konstruk sudah memadai.

3.7 Rancangan Analisis Data

Setelah semua data dari kuesioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut. Tujuannya adalah untuk mencari tahu apakah ada hubungan antara variabel X (*brand ambassador*) dengan variabel Y (*brand equity*).

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Tujuan dilakukannya analisis deskriptif adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan data hasil dari penyebaran kuisisioner. Analisis deskriptif dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan jumlah skor kriterium (SK)dengan rumus:

$$SK=ST \times JB \times JR$$

Keterangan:

SK=Skor Kriterium

ST=Skor Tertinggi

JB= Jumlah Butir

JR=Jumlah Responden

2. Jumlah skor hasil kuesioner dibandingkan dengan jumlah skor kriterium dan dapat digunakan untuk mencari jumlah skor hasil. Kuesioner dengan rumus sebagai berikut :

$$\sum xi = X1 + X2 + X3 + \dots + Xn$$

Keterangan :

$\sum xi$ = Jumlah skor hasil kuesioner Variabel X

X1-Xn = Jumlah skor kuesioner masing-masing responden

3. Membuat daerah kategori kontinum menjadi lima tingkatan, seperti : sangat rendah, rendah, sedang, dan tinggi. Langkah-langkah yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

- i. Tinggi : $SK = ST \times JB \times JR$
- ii. Rendah : $SK = SR \times JB \times JR$

Keterangan

ST = Skor Tertinggi

SR = Skor Terendah

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

b. Menentukan selisih kontinum

$R = \text{Skor kontinum tinggi} - \text{Skor kontinum rendah jumlah interval}$

c. Membuat garis kontinum kemudian menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan hasil presentase letak skor hasil penelitian atau rating scale di dalam garis kontinum ($S/\text{Skor maksimal} \times 100\%$)

Sangat Rendah	<u>Rendah</u>	Netral	Tinggi	Sangat Tinggi
------------------	---------------	--------	--------	------------------

d. Membandingkan skor total masing-masing variabel dengan parameter di atas dalam rangka memperoleh gambaran brand ambassador (X) dan Brand Equity (Y)

3.7.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji kebenaran atau validitas hipotesis atau fenomena yang telah diajukan, dengan menggunakan pendekatan berbasis data numerik (Kusumastuti et al., 2020) Melalui proses ini, peneliti berusaha untuk memastikan apakah data yang dikumpulkan dapat membuktikan atau menentang suatu teori atau asumsi yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan kata lain, analisis ini berfokus pada pengujian terhadap hubungan antara variabel yang ada, dengan menggunakan metode statistik yang tepat untuk menentukan apakah temuan empiris mendukung atau tidak mendukung hipotesis yang diuji, sehingga menghasilkan kesimpulan yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data dari variabel yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak (Nur Hikmatul Auliya et al., 2020). Proses pengujian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS, menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov karena jumlah sampel yang dianalisis sebanyak 400. Data dianggap memiliki distribusi normal jika nilai signifikansi P (Sig.) $>0,05$.

3.8.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

Tabel 3. 6 interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

3.8.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah metode yang melibatkan dua variabel, yaitu satu variabel independen dan satu variabel dependen (Hafni Sahir, 2021). Dalam analisis ini, variabel independen berfungsi sebagai faktor yang mempengaruhi, sedangkan variabel dependen dari hasil atau respons dari variabel tersebut.

Bakti Setyadi (2022) mengatakan bahwa Analisis regresi linear sederhana merupakan metode yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu variabel numerik (sebagai nilai yang akan diprediksi) dan satu variabel numerik independen (sebagai prediktor). Dalam analisis ini, variabel dependen dipengaruhi oleh nilai variabel independen. Metode ini mengasumsikan adanya

hubungan linear antara variabel bebas dan variabel terikat, yang digambarkan dalam bentuk garis lurus. Artinya, setiap perubahan pada variabel independen (X) akan diikuti oleh perubahan yang konsisten pada variabel dependen (Y).

Persamaan regresi linear sederhana untuk mengukur variable X terhadap variable Y yaitu :

$$Y=a+bX$$

Keterangan :

X = Variabel Independen atau Bebas

Y =Variabel Dependen atau Terikat

a = Kostanta

b = Kofisien Regresi

berikut rumus dalam menentukan nilai a dan b :

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - ((\sum X))^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

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

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r² = Korefisien Korelasi

3.8.4 Uji Hipotesis (Uji T)

(Hafni Sahir, 2021) dalam kutipan sugiyono (2012) uji hipotesis adalah sebuah asumsi sementara yang perludiuji untuk memastikan kebenarannya. Dalam proses pengujiannya, terdapat dua jenis hipotesis, yaitu hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Hipotesis nol menyatakan bahwa tidak ada perbedaan atau hubungan antara variable yang diuji, sementara hipotesis alternatif menyatakan adanya perbedaan atau hubungan tersebut.

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji parsial untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- Ho: Tidak ada pengaruh antara *brand ambassador* terhadap *brand equity* Allobank.
- H1: Ada pengaruh antara *brand ambassador* terhadap *brand equity* Allobank.

Proses pengujian hipotesis dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 29 untuk MacOS. Analisis dilakukan dengan membandingkan nilai statistik hitung dengan nilai tabel, dengan kriteria keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai hitung $\geq$ nilai tabel, maka Ho ditolak dan H1 diterima.
2. Jika nilai hitung $<$ nilai tabel, maka Ho diterima dan H1