

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini terdiri dari *brand ambassador* Blackpink dan Didi Kempot. Blackpink dan Didi Kempot adalah objek dari variabel independen (X). Hasil dari penelitian ini menjadi gambaran bagaimana perbandingan antara *brand ambassador* internasional dan nasional menurut konsumen.

Waktu dilaksanakan penelitian ini dilakukan secepatnya dimulai dari bulan Mei 2021 dan diharapkan dapat selesai selambat-lambatnya pada bulan Juni 2021. Adapun *time horizon* dalam penelitian ini adalah *cross sectional* di mana data yang dikumpulkan dengan jangka waktu tertentu.

3.2. Metode dan Jenis Penelitian

3.2.1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan bentuk metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel. Metode verifikatif digunakan untuk meneliti data dengan menguji teori, dan digunakan metode *explanatory survey*.

Desain penelitian adalah tipe penelitian yang digunakan sesuai dengan masalah yang diteliti (Suryana, 2010). Penelitian ini menguji dua objek dari variabel independen dan dibandingkan hasilnya melalui pengujian hipotesis. Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner, wawancara, dan sebagainya. Data yang digunakan adalah data berbentuk ordinal. Dengan metode penelitian ini, peneliti dapat melihat pendapat langsung dari konsumen terhadap objek penelitian dan dibandingkan.

3.3.Operasional variabel

Variabel yang dianalisis kali ini hanya 1 variabel independen yaitu *brand ambassador* dengan dua objek penelitian yaitu Blackpink dan Didi Kempot. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data. Operasional variabel dalam tabel berikut :

Tabel 0.1. Tabel Operasional Variabel

Variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Celebrity Endorser</i>	Menurut (Kertamukti, 2015), membuat penyampaian iklan lebih menarik kepada konsumen	<i>Visibility</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengenal selebriti yang diteliti • Mengetahui pekerjaan yang dilakukan oleh selebriti • Mengetahui dari mana selebriti berasal 	ordinal
		<i>Credibility</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Selebriti mengenal merek yang diiklankan • Selebriti membuat yakin konsumen terhadap merek 	Ordinal
		<i>Attraction</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Selebriti sangat disukai oleh masyarakat 	Ordinal
		<i>Power</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Selebriti membuat konsumen menjadi sering menggunakan produk merek 	ordinal

3.3.1. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yakni data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari hasil wawancara dan kuesioner yang didapatkan dari jawaban para pengguna Shopee. Data sekunder didapatkan dari data buku, laman web, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu untuk kepentingan penelitian.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data relevan mengenai penelitian secara sistematis dan ilmiah. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik mengumpulkan data dengan cara mempelajari data yang didapatkan dari buku, internet, jurnal penelitian, dan penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini yang dipelajari dan dipahami adalah teori-teori *brand ambassador*, dan data jumlah pengunjung Shopee pada masa waktu Blackpink dan masa waktu Didi Kempot.

2. Kuesioner

Kuesioner mengumpulkan data dari pertanyaan-pertanyaan yang disebar kepada para pengguna Shopee sejak Blackpink menjadi *brand ambassador* atau di kuartal ke-4 2018 mengenai perbandingan *brand ambassador* Blackpink dan Didi Kempot.

3. Observasi langsung

Observasi langsung dilakukan dengan mengamati secara langsung menggunakan data tanpa ada standar pertolongan lain untuk mengambil data.

4. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan secara langsung kepada responden atau komunikasi dua arah. Namun karena keadaan pandemi COVID-19 maka teknis wawancara akan dilakukan melalui telepon, sosial media, dan media lainnya untuk menghindari tatap muka secara langsung.

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi data (APJII, 2019) didapat dari hasil survei dimana pengguna internet berjumlah 117,17 juta pengguna, dan 55% tersebar di Pulau Jawa. Lalu dari seluruh Provinsi Pulau Jawa, 16,6% adalah pengguna internet di Jawa Barat. Lalu sebaran pengguna *e-commerce* bahwa 11,2% adalah pengguna Shopee. Jadi bisa didapatkan bahwa hasil perhitungan pengguna Shopee di Jawa Barat adalah 1,198 juta pengguna

3.4.2. Sampel

Sampel digunakan untuk membantu peneliti karena keterbatasan dana, waktu, tenaga sehingga tidak bisa melakukan penelitian kepada seluruh populasi (Sugiyono, 2015). Menentukan sampel yang akan diambil pada penelitian ini dengan cara menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2015) :

$$n = \frac{1.198.000}{1.198.000 \times (10\%)^2 + 1} = 99,99 = 100$$

Berdasarkan perhitungan maka diperoleh nilai sampel sebesar 99,99 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Survey ini dikhususkan kepada pengunjung Shopee.

3.4.3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel untuk penelitian secara daring sama dengan teknik yang dilakukan secara langsung Teknik pengambilan sampel yang diambil adalah *purposive sample* (Sugiyono, 2015). Sampel ini digunakan untuk teknik pengambilan data kuantitatif dengan berbagai pertimbangan. Pertimbangan yang dilakukan adalah :

1. Pernah menggunakan/pengguna Shopee
2. Pernah melihat Blackpink dan Didi Kempot menjadi Brand Ambassador Shopee

3.5. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengamati kejadian yang terjadi di penelitian (Sugiyono, 2015). Instrumen-instrumen ini disusun lalu di uji coba di luar sampel penelitian dengan tujuan melihat gambaran validitas dan reliabilitas instrumen.

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan peneliti dengan cara menguji item kuesioner mana yang valid dan yang tidak valid. Metode yang digunakan untuk uji validitas adalah metode korelasi *Product Moment* :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i) (\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (n \sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (n \sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari semua item
- Y = Skor total
- $\sum x$ = Jumlah nilai variabel X
- $\sum y$ = Jumlah nilai variabel Y
- $\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X
- $\sum y_i^2$ = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y
- n = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan tidak valid apabila r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$).

Secara teknis pengujian instrumen dengan rumus diatas menggunakan perangkat lunak SPSS 26.0 *for windows*. Pengujian validitas dilakukan kepada 30

responden dengan tingkat signifikan 5% dengan $n = 30 - 2 = 28$ didapat sebesar 0.361. Uji validitas penelitian untuk variabel *celebrity endorser* sebagai berikut :

Tabel 0.2. Hasil pengujian validitas variabel *celebrity endorser*

No	Kategori	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Visibility	Saya sangat mengenal artis yang menjadi brand ambassador Shopee (Blackpink/Didi Kempot)	0.569	0.361	valid
2		Saya sangat mengetahui apa saja kegiatan artis yang menjadi brand ambassador Shopee (Blackpink/Didi Kempot)	0.601	0.361	valid
3		Saya sangat mengetahui darimana artis yang menjadi brand ambassador Shopee (Blackpink/Didi Kempot) berasal	0.693	0.361	valid
4	Credibility	Menurut saya artis yang menjadi brand ambassador Shopee (Blackpink/Didi Kempot) sangat mengenal Shopee	0.733	0.361	valid

PANJI PRATAMA RUSLI, 2021

PERBANDINGAN EFEKTIVITAS BRAND AMBASSADOR INTERNASIONAL DAN NASIONAL (STUDI KASUS BRAND AMBASSADOR BLACKPINK DAN DIDI KEMPOT PADA SHOPEE)

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

5		Saya sangat yakin dengan Shopee setelah artis yang menjadi brand ambassador Shopee (Blackpink/Didi Kempot) menjadi Brand Ambassador	0.608	0.361	valid
6	Attraction	Saya sangat menyukai artis yang menjadi brand ambassador Shopee (Blackpink/Didi Kempot)	0.708	0.361	valid
7	Power	Setelah artis yang menjadi brand ambassador Shopee (Blackpink/Didi Kempot) menjadi Brand Ambassador, Shopee menjadi pilihan pertama saya dalam menggunakan pelayanan belanja <i>online</i>	0.563	0.361	valid

3.5.2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2015). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus *Cronbach* :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r = Reliabilitas intrumen

PANJI PRATAMA RUSLI, 2021

PERBANDINGAN EFEKTIVITAS BRAND AMBASSADOR INTERNASIONAL DAN NASIONAL (STUDI KASUS BRAND AMBASSADOR BLACKPINK DAN DIDI KEMPOT PADA SHOPEE)

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

k = Banyaknya butiran pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma\sigma_t^2$ = Jumlah varians butiran

σ_t^2 = Varians total

Jumlah dari tiap varian dapat dihitung dengan rumus ini :

$$\sigma_t^2 = \frac{\Sigma x^2 \frac{(\Sigma x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

σ^2 = Harga varians total

Σx^2 = Jumlah kuadrat skor total

$(\Sigma x)^2$ = Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = Jumlah responden

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Nilai korelasi rumus *Cronbach's alpha* :

Tabel 0.3. Tingkat keandalan nilai korelasi rumus *Cronbach's Alpha*

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0.0 - 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

Pengujian rumus di atas menggunakan perangkat lunak SPSS 26.0 *for windows*. R_{tabel} menggunakan signifikansi 5% dengan nilai 0.361. Hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut :

PANJI PRATAMA RUSLI, 2021

PERBANDINGAN EFEKTIVITAS BRAND AMBASSADOR INTERNASIONAL DAN NASIONAL (STUDI KASUS BRAND AMBASSADOR BLACKPINK DAN DIDI KEMPOT PADA SHOPEE)

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

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Celebrity Endorser</i>	0.670	0.361	Reliabel

3.6.Rancangan Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul (Sugiyono, 2015). Teknik analisa dalam penelitian kuantitatif menggunakan dua statistik, yaitu statistik deskriptif dan verifikatif.

3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab dan mendeskripsikan variabel-variabel penelitian antara lain :

1. Analisis deskriptif mengenai Blackpink sebagai *brand ambassador* Shopee kepada pengguna Shopee
2. Analisis deskriptif mengenai Didi Kempot sebagai *brand ambassador* Shopee kepada pengguna Shopee

Langkah-langkah dalam melakukan analisis deskriptif adalah :

1. Menentukan jumlah skor kriterium (SK).

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

Keterangan :

SK = Skor kriterium

ST = Skor tertinggi

JB = Jumlah bulir

JR = Jumlah responden

2. Jumlah skor kriterium dengan jumlah skor yang didapat dari hasil angket dibandingkan, untuk mencari jumlah skor hasil skor digunakan rumus:

$$\sum xi = x1 + x2 + x3 + \dots + xn$$

Keterangan :

xi = Jumlah skor

$x1 + x2$ = Jumlah skor angket tiap responden

PANJI PRATAMA RUSLI, 2021

PERBANDINGAN EFEKTIVITAS BRAND AMBASSADOR INTERNASIONAL DAN NASIONAL (STUDI KASUS BRAND AMBASSADOR BLACKPINK DAN DIDI KEMPOT PADA SHOPEE)

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

3. Membuat daerah kategori kontinum menjadi lima tingkatan yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi untuk melihat bagaimana gambaran tentang variabel secara keseluruhan dari responden. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :
4. Membuat daerah kategori kontinum, untuk melihat bagaimana gambaran tentang variabel secara keseluruhan dari responden maka peneliti membagi daerah kategori menjadi tiga tingkatan yaitu rendah, sedang dan tinggi dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah dan terendah

Kontinum tinggi dihitung dengan rumus :

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

Kontinum rendah dihitung dengan rumus :

$$SK = SR \times JB \times JR$$

Keterangan :

ST = Skor tertinggi

SR = Skor terendah

JB = Jumlah bulir

JR = Jumlah responden

- b. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan dengan rumus:

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{5}$$

- c. Menentukan garis kontinum dan daerah letak skor untuk variabel *brand ambassador*

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi

3.6.2. Analisis Verifikatif

Penelitian ini juga menggunakan analisis data verifikatif. Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat perbandingan antara *brand ambassador*

Blackpink dan Didi Kempot menurut pengguna Shopee dari hasil statistik deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik analisis uji beda menggunakan *Mann-Whitney U-test*.

3.7. Uji Asumsi Normalitas

Asumsi utama saat melakukan analisis data statistika parametris adalah data yang dianalisis harus terdistribusi normal, namun bila tidak maka digunakan statistic non parametrik (Sugiyono, 2019)

3.8. Uji Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data adalah menguji hipotesis dengan tujuan mengetahui apakah hipotesis yang dinyatakan sebelumnya memiliki perbedaan yang cukup jelas dan bisa dipercaya antara *brand ambassador* nasional dan internasional, maka itu digunakan metode uji *Mann-Whitney U-Test* untuk hipotesis komparatif dua sampel independen (Sugiyono, 2019). Uji asumsi normalitas bias digunakan metode P-Plot, uji Chi Square, Skewnes dan Kurtonis, atau uji Kolmogorov Smirnov.

3.8.1. Uji *Mann-Whitney U-Test*

Uji *Mann-Whitney U-Test* adalah metode untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel independent bila datanya berbentuk ordinal. Terdapat dua rumus yang digunakan untuk pengujian, yaitu rumus 9.30 dan rumus 9.31, kedua rumus tersebut digunakan untuk mengetahui U mana yang lebih kecil. U yang lebih kecil digunakan untuk pengujian dan membandingkan dengan U tabel. Kedua rumusnya adalah sebagai berikut :

Rumus 9.30

$$U_1 = n_1 n_2 + \frac{n_1(n_1 + 1)}{2} - R_1$$

Dan

$$U_2 = n_1 n_2 + \frac{n_2(n_2 + 1)}{2} - R_2$$

Dimana :

PANJI PRATAMA RUSLI, 2021

PERBANDINGAN EFEKTIVITAS BRAND AMBASSADOR INTERNASIONAL DAN NASIONAL (STUDI KASUS BRAND AMBASSADOR BLACKPINK DAN DIDI KEMPOT PADA SHOPEE)

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

n_1 : Jumlah sampel 1

n_2 : Jumlah sampel 2

U_1 : Jumlah Peringkat 1

U_2 : Jumlah Peringkat 2

R_1 : Jumlah Rangking pada sampel 1

R_2 : Jumlah Rangking pada sampel 2

$H_0: \rho=0$, efektivitas *brand ambassador* Blackpink dan Didi Kempot (X) tidak memiliki perbedaan yang signifikan

$H_1: \rho \neq 0$, efektivitas *brand ambassador* Blackpink dan Didi Kempot (X) memiliki perbedaan yang signifikan