BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tipe penelitian kuantitatif. Tipe penelitian kuantitatif menurut Suharsimi (2002:10):

> "Penelitian Kuantitatif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang dengan menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap daya tersebut serta penampilan dari hasilnya."

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei, menurut Arikunto (2006:108) Pendekatan survei yaitu mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai faktor-faktor yang merupakan pendukung kemudian menganalisis faktor-faktor tersebut.

Pengertian lain menurut Masyhuri (2008:34) mengatakan bahwa metode survei adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok atau suatu daerah.

Metode survei adalah metode pengumpulan data primer dengan memperoleh secara langsung dari sumber lapangan penelitian. Biasanya pengumpulan data atau informasi dan fakta lapangan secara langsung tersebut melalui koesioner (*questionnair*) dan wawancara (*interview*) baik secara lisan maupun tertulis yang memerlukan adanya kontak secara tatap muka (*face to face contact*) antara peneliti dengan respondennya (subjeknya). (Ruslan 2008: 22)

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009: 80).

Di dalam penelitian ini populasinya adalah 260 dalam sebulan terakhir konsumen Wardah Ciwalk Bandung yang sudah melakukan transaksi pembelian.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006:131). Sampel harus bersifat representatif dalam arti segala karakteristik populasi hendaknya tercerminkan pula dalam sampel yang diambil.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling.* Dengan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2001:60). Menurut Margono (2004:27) menyatakan bahwa dalam teknik ini pengambilan sampel tidak ditetapkan lebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui.

Untuk jumlah populasi yang telah diketahui dapat digunakan rumus slovin (Sugiyono, 2011:7). untuk menghitung jumlah sampel diperlukan:

$$N = \frac{N}{N.d2 + 1}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

d^2 = Presisi yang ditetapkan

Hasil perhitungan sampel adalah

n = $\frac{260}{260.0,1^2+1}$ = 72,6 dibulatkan 73 sampel

Peneliti mendapatkan banyaknya sampel dalam penelitian ini sebanyak 73 responden konsumen Wardah *Cosmetics* outlet Ciwalk Bandung selama 2 minggu.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu studi lapangan dan studi pustaka:

3.3.1 Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu penelitian sebagai usaha untuk memperoleh keterangan dan data dengan membaca dan mempelajari bahan-bahan teoritis

dari buku-buku literatur dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, agar diperoleh suatu pemahaman yang mendalam serta menunjang proses pembahasan mengenai masalah-masalah yang diidentifikasi.

3.3.2 Studi Lapangan

Penelitian lapangan yaitu penelitian untuk mendapatkan data primer dengan mengadakan peninjauan langsung pada perusahaan yang dipilih menjadi lokasi penelitian, dengan maksud untuk mendapatkan data berhubungan dengan hal yang akan diteliti agar lebih meyakinkan dan lebih akurat. Studi lapangan ini dilakukan antara lain dengan cara:

a. Observasi

   Teknik pengumpulan data merupakan dengan cara yang penting untuk mendapatkan informasi yang akurat, dan penelitian melakukan pengamatan secara langusng di lapangan.

b. Angket

   Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pemyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009:142).

c. Wawancara

   Wawancara yaitu proses memperoleh data untuk tujuan penelitian dengan melakukan tanya jawab dengan staf karyawan perusahaan yang bersangkutan.

Dengan menerapkan kedua teknik pengumpulan data tersebut, penulis dapat memperoleh perbandingan antara teori dengan praktik yang sebenarnya di lapangan untuk mendukung pengujian hipotesis yang telah diajukan untuk menarik kesimpulan.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Sebelum mengadakan penilaian dalam penilitian, penulis harus menentukan operasionalisasi variabel, hal ini dimaksudkan agar dapat mempermudah dalam melakukan penelitian. Menurut Uma Sekaran (2009:115), variabel penelitian pada dasarnya adalah apa pun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda.

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Terhadap Proses Keputusan Pembelian maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

- **Variabel X Kredibilitas *Brand Ambassador***

1. Keahlian (*Expertise*)

   Keahlian adalah kesan yang dibentuk oleh komunikan tentang komunikator dalam hubunganya dengan topik atau materi yang dibicarakan. Komunikator yang dinilai tinggi pada keahlianya

dianggap cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih dan berlaku sebaliknya kepada komunikator yang dinilai rendah pada keahliannya. Keahlian bergantung pada pelatihan, pendidikan, pengalaman, kemampuan, kecerdasan, dan status sosial.

2. Kepercayaan (*Trushworthiness*)

   Kepercayaan adalah kesan komunikan tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Keterpercayaan adalah suatu tingkatan dimana suatu sumber dirasa dapat menjadi hal yang memotivasi komunikasi untuk melakukan sesuatu tanpa adanya paksaan.

3. Daya Tarik (*Attractiveness*)

   Daya tarik meliputi daya tarik psikologis dan daya tarik fisik. Daya tarik psikologis diantaranya adalah kesamaan, keakraban, dan kesukaan. Daya tarik secara fisik yang ditunjukkan oleh komunikastor berkaitan dengan wajah, penampilan, dan postur tubuh.

- **Variabel Y Proses Keputusan Pembelian**

1. Pengenalan Masalah

   Proses dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal maupun ekstemal. Pada situasi ini, pembeli menyadari adanya perbedaan kondisi sesungguhnya dengan kondisi sebenarya

2. Pencarian Informasi

   Minat konsumen mulai muncul untuk mencari informasi dari berbagai sumber. Pencarian informasi ini dapat berupa pencarian yang sedang-sedang saja sampai pada tingkat pencarian informasi aktif. Semakin banyak informasi yang didapat, kesadaran dan pengetahuan konsumen tentang adanya keistimewaan sebuah merek dan fitur akan semakin meningkat.

3. Evaluasi Alternatif

   Konsumen menggunakan informasi yang diperoleh untuk mengevaluasi berbagai alternatif merek yang sudah diperoleh. Model proses evaluasi konsumen sekarang ini bersifat kognitif, artinya mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.

4. Keputusan membeli

   Proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Terdapat dua keputusan yang mempengaruhi keputusan pembelian tersebut, yaitu: sikap orang lain dan faktor tidak terduga.

5. Perilaku setelah pembelian

   Tindakan yang diambil oleh konsumen setelah proses konsumsi dilakukan. Hal ini akan memberikan gambaran terhadap kinerja produk. Jika kinerja produk lebih rendah dari harapan, pelanggan

akan kecewa, jika sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas, jika melebihi harapan pembeli akan sangat puas.

Tabel 3.1

Operasional Variabel

Variabel X	Indikator	Alat Ukur
Kredibillitas *Brand Ambassador*	X1 Keahlian *(Expertise)*	- berpengalaman dalam membintangi sebuah iklan - Memahami cara menggunakan produk - Mampu memberikan informasi mengenai produk - Memiliki kualitas sehingga cocok sebagai *brand ambassador*
	X2 Kepercayaan *(Trustworthiness)*	- Menyampaikan informasi sesuai kenyataan - Sosok yang dapat dipercaya sebagai *brand ambassador* - Pesan yang dikatakan dalam iklan disampaikan dengan jujur. - Dapat meyakini masyarakat dalam produk Wardah
	X3 Daya Tarik *(Attractiveness)*	- Cocok untuk mewakili produk Wardah - Memiliki kepribadian yang ceria - Mewakili sosok wanita islam berjilbab yang menarik dan cantik menggunakan kosmetik - Kharisma yang dimiliki *brand ambassador* membuat tertarik untuk membeli produk Wardah

Variabel Y	Indikator	Alat Ukur
Proses Keputusan Pembelian	Y1 Pengenalan Masalah	- Rangsangan internal untuk membeli produk - Rangsangan eksternal untuk membeli produk
	Y2 Pencarian Informasi	- Sumber eksperimental (pengalaman) - Sumber publik (media massa) - Sumber komersial (iklan, wiraniaga, penyalur atau distributor)
	Y3 Evaluasi Alternatif	- Keyakinan konsumen untuk membeli produk - Sikap konsumen untuk menyukai produk - memiliki standar kualitas tinggi
	Y4 Keputusan membeli	- Keputusan konsumen dalam memilih merek - Keputusan waktu pembelian bisa kapan saja - Keputusan pembayaran yang mendapatkan kemudahan
	Y5 Perilaku Pasca Pembelian	- Merasa puas membeli produk - Merekomendasikan produk kepada teman/keluarga - Akan membeli kembali produk Wardah

Sumber: Peneliti 2017

3.5 Teknik Analisi Data

Teknik analisis data adalah proses penyerderhanaan data dan penyajian dan dengan mengelompokkannya dalam suatu bentuk yang udah dibaca dan di interpretasi (Silalahi, 2006: 304).

Dalam penelitian ini, data yang telah diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisis dalam beberapa tahap analisis yaitu:

1. Penyeleksian data, pemeriksaan kelengkapan, kesempurnaan, serta kejelasan data
2. Klasifikasi data, yaitu mengelompokkan data dan memilah-milah data sesuai dengan jenisnya
3. Data dimasukkan kedalam *cooding book* (buku koding) dan *coding sheet* (lembar koding)
4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas data pada angket yang telah disebar sebelumnya, valid berarti reliabel tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan uji reliabilitas menunjukan pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran
5. Mentabulasikan data yaitu memasukan data dalam sebuah tabel (tabel induk kemudian ke dalam tabel tunggal) sesuai dengan analisis data.
6. Data yang ditabulasi kemudian dikelompokkan berdasarkan kelas-kelas penilaian variabel dan dianalisis dengan koefisian korelasi *Rank Spearman*. Analisis data kuantitatif dilakukan dengan cara memindahkan data kuantitatif dengan cara pemberian skors atas pilihan yang diberikan

oleh setiap responden dengan pemberian skors dimaksudkan untuk memindahkan data kuantitatif yang berupa jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket ke dalam nilai-nilai kuantitatif.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas menurut (Sugiyono, 2009:2) menunjukan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Berdasarkan uraian diatas, maka suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkatan pengukuran sebuah alat test kuesioner untuk mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk dilakukan dan mengukur yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala ordinal. Maka untuk menguji validitas instrumen yang berupa pertanyaan digunakan teknik uji validitas *Rank Spearman* dengan langkah sebagai berikut:

$$rs = 1\frac{6\Sigma di^2}{n(n^2-1)}$$

rs = koefisien korelasi *rank spearman*

n = banyaknya sampel

di = selisih anatara rank X dan Y

Dalam penelitian ini, setiap data variabel X dan Y diranking berdasarkan hasil skor yang diperoieh. Bila terdapat dua subjek atau lebih yang mendapat skor sama pada variabel yang sama, maka sebelum

menghitung rs digunakan suatu faktor koreksi, yaitu t. Faktor koreksi dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

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

n = banyak sampel

rs = koefisien korelasi Rank Spearman

t = banyaknya data berangka sama pada suatu ranking tertentu

T = faktor koreksi

Penggunaan metode ini adalah untuk memperoleh koefisien validitas. Koefisien validitas mempunyai makna apabila memiliki harga positif, semakin tinggi koefisien dan mendekati angka 1 maka suatu test semakin valid hasil ukurannya. Jika nilai koefisien korelasinya lebih besar dari 0,3 maka item-item tersebut dinyatakan valid (Sugiyono, 2009:126)

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keterandalan (*reliability*) dari suatu pengukuran. Alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas apabila instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama, yang berarti bahwa realibilitas berhubungan dengan konsistensi, akurasi, atau ketepatan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam uji reliabilitas adalah:

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan internal *consistency*, dilakukan dengan mencobakan instrumen sekali saja.

Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik belah dua dari *Spearman Brown* (*split half*).

Langkah kerjanya adalah sebagai berikut:

1. Menghitung validitas item alat pengukur. Item-item yang valid dikumpulkan dan item yang tidak valid dibuang.
2. Item-item instrumen yang valid dibelah menjadi dua belahan.
3. Membagi item berdasarkan nomor ganjil genap sehingga menjadi dua kelompok.
4. Skor data setiap kelompok disusun sendiri dalam tabel yang berbeda. Skor item dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total yang kemudian dicari korelasinya antara dua kelompok ini dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*
5. Angka korelasi yang diperoleh adalah angka korelasi dari alat pengukur yang dibelah, sehingga angka korelasi yang dihasilkan lebih rendah. Maka dari itu harus dicari angka realibilitas keseluruhan item.

Cara menentukan reliabilitas untuk keseluruhan item adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$rtot = \frac{2(rtt)}{1 + rtt}$$

Ket:

r.tt = angka korelasi *product moment* anatara belahan pertama dan belahan kedua

dimana :

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r = *product moment*

Ket:

r = angka korelasi product moment anatara belahan pertama dan belahan kedua

N = jumlah sampel

X = skor total belahan pertama

Y = skor total belahan kedua

XY = skor total belahan pertama dikalikan belahan kedua

Sekumpulan pertanyaan untuk mengukur variabel dikatakan reliabel dan layak untuk mengukur dimensi variabel yang diukur jika koefisien reliabilitasnya lebih atau sama dengan 0,7. Setelah didapatkan nilai korelasional, lalu nilai tersebut dibandingkan dengan nillai r kritis.

Kriteria uji

Apabila ri positif, serta r >= 0,70 maka instrumen dinyatakan reliabel sebaliknya.

3.5.3 Uji Statistik Penelitian

Untuk melihat pengaruh variabel X dan Variabel Y, serta menguji hipotesis yang diajukan, peneliti meggunakan bantuan *software* SPSS (*Statistics Product and Service Solution*), Pengujian dalam penelitian ini meliputi :

1. Pada penelitian ini analisa data yang dilakukan adalah teknik analisa korelasi Rank Spearman dalam sarwono sebagai berikut:

$$rs = 1 - \sqrt{\frac{6\Sigma di^2}{n(n^2-1)}}$$

(Sarwono, 2006)

Ket:

rs = Korelasi rank sperman

di = Selisih antara dua rangking

n = Jumlah sampel

Bahwa: $\sum di^2 = \sum [\ r\ (x_i) - r\ (y_i)\ ]^2$

2. Untuk menganalisa adanya pengaruh atau hubungan menggunakan koefisien determinasi (KD) antara Variabel X dan Variabel Y dengan rumus:

$$KD = rs^2 x\ 100\%$$

Ket:

KD = Koefisien determinasi

rs = hasil korelasi rank spearmant

3. Untuk menguji hipotesa digunakan rumus Uji t, yaitu :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{\sqrt{(n-2)}}}{\sqrt{\sqrt{(1-r^2)}}}$$

Ket:

r = besarnya korelasi

n = besarnya sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H0 diterima dan H1 ditolak

2. Jika $t_{hitung} \geq t_{hitung}$, maka H0 ditolak dan H1 diterima

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Outlet Wardah Ciwalk Bandung, yang berada di Jalan Cihampelas No. 160, Cipaganti, Coblong, Cipaganti, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40131. Penelitian Ini di lakukan selama 6 bulan mulai bulan Februari-Juli 2017

Tabel 3.2

Waktu Dan Kegiatan Penelitian

No	Uraian	Bulan																							
		Februari				Maret				April				Mei				Juli				Agustus			
1.	Pengajuan Judul																								
	Acc Judul																								
2.	Penulisan Bab 1																								
	Bimbingan																								
3.	Penulisan Bab 2																								
	Bimbingan																								
4.	Pengumpulan Data Lapangan																								
5.	Penulisan Bab 3																								
	Bimbingan																								
6.	Seminar UP																								
7.	Penulisan Bab 4																								
	Bimbingan																								
8.	Penulisan Bab 5																								
	Bimbingan																								
9.	Penyusunan Keseluruhan Draft																								
10.	Sidang Skripsi																								

(Sumber: Peneilti, 2017)