

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan menggunakan angket atau kuesioner sebagai alat pengumpul data. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan data berupa angka atau variabel numerik untuk mengumpulkan informasi. Metode kuantitatif sering digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Malang dan difokuskan kepada konsumen zap clinic di kota Malang. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Januari 2024.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan kelompok keseluruhan dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu dan menjadi fokus utama dari suatu penelitian (Jasmalinda, 2021). Populasi penelitian ini adalah konsumen produk zap di kota Malang. Jumlah populasi pada penelitian ini belum diketahui sehingga sampel dapat ditentukan menggunakan perhitungan rumus.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan subset atau bagian dari populasi yang dipilih untuk menjadi subjek penelitian (Jasmalinda, 2021). Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *purposive* sampling. *Purposive* sampling adalah metode pemilihan sumber data berdasarkan kriteria tertentu, seperti memilih individu yang diyakini memiliki pengetahuan paling relevan tentang topik yang diteliti (Chan *et al.*, 2019). Kriteria responden pada penelitian ini adalah konsumen yang memenuhi beberapa syarat berikut:

1. Berusia minimal 18 tahun

2. Telah menggunakan jasa Zap setidaknya 1 kali dalam 6 bulan terakhir
3. Memiliki keterlibatan yang relevan dengan subjek penelitian
4. Menunjukkan ketersediaan dan kemauan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini

Sampel ini diambil dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terbatas, maka pencarian sampel dapat ditentukan menggunakan rumus Hair dan merekomendasikan bahwa jumlah sampel minimal sebaiknya 5-10 kali lipat dari jumlah variabel indikator (Fatma *et al.*, 2021). Dengan adanya 14 indikator, maka direkomendasikan untuk memiliki jumlah sampel sebanyak 5 kali lipat dari jumlah indikator tersebut ($14 \times 5 = 70$). Dengan demikian, jumlah partisipan penelitian diestimasikan mencapai 70 orang berdasarkan rumusan tersebut.

3.4 Data dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melalui metode seperti kuesioner, wawancara, observasi, atau dokumentasi. Dalam hal ini, peneliti aktif terlibat dalam pengumpulan informasi dari responden atau situasi yang diteliti. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner dari responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan rangkaian pertanyaan yang telah diorganisir secara sistematis. Peserta diminta untuk memberikan respons yang dapat diukur melalui opsi jawaban yang telah ditetapkan atau dengan mengisi ruang kosong (Ardiansyah *et al.*, 2023). Untuk menilai tingkat keyakinan dalam penelitian ini, metode Skala Likert digunakan. Skala Likert merupakan alat pengukuran psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner dan merupakan skala yang paling umum dipakai dalam penelitian survei. Saat merespons pertanyaan dalam skala Likert, peserta menentukan sejauh mana mereka setuju dengan suatu pernyataan dengan memilih

salah satu opsi yang tersedia (Purwanti and Putri, 2021). Kategori skor dari skala likert sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

Skor	Keterangan
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak baik/ tidak setuju
3	Netral
4	Baik/ setuju
5	Sangat baik/ sangat setuju

3.6 Definisi Operasional Variabel dan Variabel Penelitian

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
1	<i>Brand Ambassador</i>	<i>Brand ambassador</i> adalah usaha perusahaan untuk memengaruhi pelanggan dengan melibatkan selebriti sebagai ikon untuk memperkenalkan citra yang positif dari produk ZAP di Malang.	a. <i>Visibility</i> (kepopuleran) b. <i>Credibility</i> (kredibilitas) c. <i>Attraction</i> (daya Tarik) d. <i>Power</i> (kekuatan)	(Iswanto, 2021)
2	<i>Brand Image</i>	<i>Brand image</i> atau citra merek merupakan serangkaian koneksi merek yang terbentuk dalam ingatan konsumen, menciptakan kesan positif terhadap produk ZAP di Malang.	a. Citra pembuat (<i>Corporate Image</i>) b. Citra produk/ konsumen (<i>Product image</i>) c. Citra pemakai (<i>User image</i>)	(Dairina and Sanjaya, 2022)
3	<i>Word of</i>	<i>Word of Mouth</i>	a. Membicarakan	(Fakhrudin et

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
	<i>Mouth</i>	merupakan bentuk interaksi yang mencakup penilaian dari calon konsumen terhadap produk atau jasa tertentu, yang dapat memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian produk Zap di Malang	b. Merekomendasikan c. Mendorong	<i>al.</i> , 2021; Amalia and Riva'i, 2022)
4	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian merupakan proses di mana konsumen memilih dan membeli produk atau layanan tertentu dari berbagai pilihan yang tersedia	a. Kemantapan pada suatu produk b. Kebiasaan dalam membeli produk c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain d. Melakukan pembelian ulang	(Sari, 2020; Iswanto, 2021)

3.7 Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu prosedur statistik yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen pengukuran atau metode pengumpulan data dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas mengukur sejauh mana instrumen tersebut benar-benar mengukur konstruk atau variabel yang dimaksudkan. Uji validitas membantu memastikan bahwa data yang dikumpulkan atau hasil pengukuran sesuai dengan apa yang hendak diukur atau diobservasi (Fadli *et al.*, 2023). Dalam konteks validitas item angket, dapat disimpulkan bahwa:

- Jika nilai korelasi antara skor individual suatu pertanyaan dalam angket (r_{hitung}) > nilai korelasi total antara skor angket dan skor total (r_{tabel}), maka pertanyaan tersebut dianggap valid karena memiliki korelasi positif yang signifikan dengan skor keseluruhan angket
- Jika nilai korelasi antara skor individual suatu pertanyaan dalam angket (r_{hitung}) < nilai korelasi total antara skor angket dan skor total (r_{tabel}), maka pertanyaan tersebut dianggap tidak valid karena tidak memiliki korelasi yang memadai dengan skor keseluruhan angket

Hasil pengujian instrumen dan kriteria dikaitkan melalui analisis korelasi. Berikut adalah rumus korelasi yang digunakan untuk menemukan koefisien korelasi antara hasil pengujian instrumen dan kriteria (Yusup, 2018).

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

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien korelasi
 n : Jumlah responden
 x_i : Skor setiap item pada instrumen
 y_i : Skor setiap item pada kriteria

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen pengukuran atau metode pengumpulan data dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan. Dengan kata lain, reliabilitas mengukur tingkat kestabilan atau ketetapan hasil dari suatu instrumen atau tes seiring waktu dan pengulangan pengukuran (Fadli *et al.*, 2023). Suatu

variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien korelasi (r) yang diperoleh melalui analisis reliabilitas lebih besar dari 0,60. Rumus untuk menghitung koefisien realibilitas sebagai berikut:

$$rit = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum Si^2}{\sum St^2} \right]$$

Keterangan:

rit : Koefisien realibilitas

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum Si^2$: Jumlah varians butir

$\sum St^2$: Varians total

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengevaluasi apakah residual dari model regresi atau variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Jika distribusi tidak normal, hal ini dapat mengurangi keandalan hasil uji statistik. Dua metode umum yang digunakan untuk menguji normalitas data adalah *Kolmogorov-Smirnov* dan *Shapiro-Wilk*. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan oleh uji normalitas lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi dari uji normalitas (*Kolmogorov-Smirnov* dan *Shapiro-Wilk*) kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki distribusi normal (Indri and Putra, 2022).

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antara variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi di antara variabel independennya. Korelasi antar variabel independen menyebabkan ketidakortogonalan, di mana

variabel independen tidak bersifat ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang tidak memiliki korelasi satu sama lain (Indri and Putra, 2022).

Dalam uji multikolinearitas, setiap variabel independen dianggap sebagai variabel dependen (terikat) dan diregresikan terhadap variabel independen lainnya. Toleransi digunakan untuk mengukur variabilitas variabel independen yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jika nilai toleransi rendah, maka nilai Variance Inflation Factor (VIF) akan tinggi, karena $VIF = 1/\text{Toleransi}$. Nilai cutoff umum yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$ (Indri and Putra, 2022).

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah dalam model regresi terdapat ketidakteraturan varians dari residual antar pengamatan. Homoskedastisitas terjadi jika varians residual tetap, sementara heteroskedastisitas terjadi jika variansnya berbeda di antara pengamatan. Hasil uji heteroskedastisitas dianggap bebas dari masalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, tetapi jika nilainya kurang dari atau sama dengan 0,05, maka model dianggap mengandung masalah heteroskedastisitas (Indri and Putra, 2022).

Uji Glejser digunakan untuk menentukan keberadaan heteroskedastisitas dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen tersebut signifikan dan tingkat kepercayaan mencapai 5%, maka dapat dianggap ada indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut (Indri and Putra, 2022).

3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan suatu metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen (variabel terikat) dengan dua atau lebih variabel independen (variabel bebas). Dalam konteks ini, model regresi linier berganda digunakan untuk memodelkan dan memahami sejauh mana variabilitas satu variabel dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel-

variabel lainnya (Sulistiyono and Sulistiyowati, 2017). Sugiyono (2018) menyajikan persamaan yang dapat diuraikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen (keputusan pembelian)

X₁ : Variabel independent (*Brand ambassador*)

X₂ : Variabel independent (*Brand image*)

X₃ : Variabel independent (*Word of Mouth*)

b₁ : Koefisien regresi *brand ambassador*

b₂ : Koefisien regresi *brand image*

b₃ : Koefisien regresi *Word of Mouth*

a : Konstanta

e : Standar eror

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial digunakan untuk menilai signifikansi pengaruh individu dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Uji t memungkinkan peneliti untuk menentukan apakah setiap variabel independen secara parsial memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2018). Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

- t : Uji pengaruh parsial
- r : Koefisien korelasi
- n : Banyaknya data

Uji-t dalam penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan perbandingan nilai sebagaimana yang tertera di bawah ini:

1. Penentuan Hipotesis

- Hipotesis ditolak jika nilai t hitung lebih besar dari tabel t pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$.
- Hipotesis diterima jika nilai t hitung lebih kecil dari tabel t pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$.

2. Penentuan Tingkat Signifikansi

- Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini 95% atau dengan kata lain tingkat signifikansi (α) sebesar 5%.

3. Penentuan Kriteria Uji

- Kriteria uji didasarkan pada perbandingan antara t hitung yang diperoleh dengan nilai t pada tabel. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t pada tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.