

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Definisi Konsep**

Definisi konsep berisi pengertian atau penjelasan masing-masing variabel berdasar instrument literatur yang berkaitan dengan variabel penelitian.

##### 1. Kualitas Produk X1

Menurut Tjiptono (2020) kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan mempunyai sifat laten atau tersembunyi.

##### 2. *Brand Ambassador* X2

Menurut Greenwood (2012) “*Brand Ambassador is a tool used by companies to communicate and connect with the public, regarding how them actually enchances sales*”. *Brand Ambassador* adalah alat untuk melakukan komunikasi yang digunakan oleh perusahaan yang bertindak sebagai penghubung dengan publik, mengenai tentang bagaimana mereka benar – benar meningkatkan penjualan.

##### 3. *Word of Mouth* X3

Menurut Kotler & Keller (2016) *word of mouth* merupakan kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan maupun melalui komunikasi elektronik yang terhubung internet yang didasari oleh pengalaman atas produk atau jasa.

#### 4. *Social Media Marketing*

Menurut Gunelius (2011) *Social Media Marketing* merupakan suatu bentuk pemasaran langsung ataupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, daya ingat, dan sikap terhadap merek produk, orang, atau entitas lainnya dan dilakukan melalui media dari web sosial seperti *social bookmarking, blogging, microblogging, social networking, dan content sharing*.

#### 5. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Keller (2016), keputusan pembelian adalah tahapan evaluasi konsumen yang dapat menghasilkan preferensi terhadap merek dalam pemilihan dan juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai

### **B. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan penjelasan bagaimana konsep atau variabel yang digunakan akan diukur.

#### a. Variabel Independen

Variabel independen sering disebut dengan variabel *stimulus, predictor, antecedent* atau variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terkait Sugiyono (2019).

Penelitian ini memiliki 3 variabel independen (X) yaitu Kualitas Produk, *Brand Ambassador, Word of Mouth*, dan Sosial Media Marketing.

##### 1. Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2020) kualitas produk dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Variasi Produk
- b. Keandalan
- c. Daya tahan
- d. Kemasan

2. *Brand Ambassador*

Menurut Greenwood (2012) menyatakan indikator *brand ambassador* yaitu:

- a. *Transference*
- b. *Congruence*
- c. Kredibilitas

3. *Word of mouth*

Menurut Kotler & Keller (2016) terdapat 3 indikator dalam melihat keberhasilan *word of mouth* yaitu:

- a. Kredibel
- b. Pribadi
- c. Tepat waktu

4. Social Media Marketing

Menurut Gunelius (2011) indikator-indikator yang mencerminkan *Social Media Marketing* yaitu:

- a. *Content Creation*
- b. *Content Sharing*

c. *Connecting*

d. *Community Building*

#### A) Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dapat dipengaruhi Sugiyono (2019). Dalam penelitian ini variabel Y, yaitu keputusan pembelian

##### A. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Keller (2016), proses pengambilan keputusan terdapat 6 tahap yaitu:

- a. Pilihan produk
- b. Pilihan merek
- c. Pilihan saluran pembelian
- d. Waktu pembelian
- e. Jumlah pembelian
- f. Metode pembayaran

#### **C. Jenis Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data yang berbentuk angka atau kualitatif yang diangkakan.

#### **D. Jenis dan sumber data**

##### A. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan

wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung dilapangan Sugiyono (2019). Pada penelitian ini data primer adalah data yang didapatkan dari penyebaran kuisioner menggunakan google form kepada konsumen wanita yang pernah membeli dan memakai produk *Lip Cream Implora* di Yogyakarta.

## B. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dan menunjang penelitian Sugiyono (2019). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder berupa buku, jurnal, literatur, dan sumber dari internet yang sifatnya mendukung keperluan sekunder.

## E. Objek dan Subjek Penelitian

### 1. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian sebagai variabel dependen, kualitas produk, *brand ambassador*, *word of mouth*, sosial media marketing sebagai variabel independen.

### 2. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Yogyakarta khususnya wanita berusia minimal 17 tahun yang pernah membeli dan memakai produk *Lip Crem Implora*.

## F. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah secara umum yang meliputi objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2019). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk *Lip cream* Implora di Yogyakarta.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu model nonprobability sampling. Menurut Sugiyono (2019) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang digunakan pada penelitian ini adalah perempuan berusia minimal 17 tahun yang pernah membeli dan memakai produk *Lip Cream* Implora di Yogyakarta. Karena menurut Hurlock (2017) pada usia 17 tahun tersebut dianggap telah dewasa dan matang secara hukum. Dengan adanya pembatasan usia pada penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan jumlah responden yang benar-benar *representative* batas

usia minimal 17 tahun merupakan upaya untuk menghindari usia di bawah 17 tahun turut serta dalam mengisi kuisisioner yang disebar. Pembatasan usia di bawah 17 tahun tidak menjadi responden dalam penelitian ini karena diasumsikan pada usia tersebut belum bisa memahami isi dari konteks kuisisioner atau belum bisa menginterpretasikan pendapatnya. Dalam penelitian ini menggunakan rumus perhitungan sampel menurut Hair, dkk (2010) yaitu jumlah sampel pada penelitian dapat ditentukan dari jumlah indikator minimum dikali 5 sampai dengan 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini sebanyak 20 indikator, sehingga jumlah sampel pada penelitian ini minimal adalah  $20 \times 5 = 100$  responden.

#### **G. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner. Menurut Sugiyono (2019) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden. Kuisisioner dalam penelitian ini disiapkan dengan beberapa alternatif jawaban berdasarkan skala pengukuran yaitu skala Likert yang terdiri dari 5 kategori sebagai berikut:

1. Sangat setuju (SS) dengan poin 5
2. Setuju (S) dengan poin 4
3. Netral (N) dengan poin 3
4. Tidak setuju (TS) dengan poin 2

5. Sangat tidak setuju (STS) dengan poin 1

## H. Metode Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Sugiyono, 2019). Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan nilai skor masing-masing item pertanyaan dengan total skor item pertanyaan. Penentuan valid atau tidaknya suatu item dilakukan dengan uji signifikansi koefisien kolerasi pada taraf signifikansi 5% atau 0,05. Teknik yang digunakan untuk melakukan uji validitas yaitu dengan teknik *bivariate correlation pearson*.

Kriteria uji validitas sebagai berikut:

- a. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka item-item pertanyaan dinyatakan valid.
- b. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka item-item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2021), uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi suatu kuesioner dimana merupakan indikator dari sebuah variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke

waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,70

## 2. Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas)

Menurut Ghozali (2021), Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan uji One Sample Kolmogorof-Smirnov test yang menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data berdistribusi normal apabila signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, (2021), Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Korelasi antara variabel bebas dapat dideteksi menggunakan *Variance Influence Factor* (VIF) dan *Tolerance Value*.

Kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika angka *tolerance value* di atas 0,1 dan  $VIF \leq 10$  dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas.
- 2) Jika angka *tolerance value* di bawah 0,1 dan  $VIF > 10$  dikatakan terdapat multikolinearitas.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021) uji heteroskedastisitas yaitu uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian

dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Uji heteroskedastisitas memiliki beberapa metode yang dapat digunakan untuk pengujian, salah satunya yaitu uji Glejser dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2021). Berikut kriteria pengujian uji heteroskedastisitas:

- a. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  atau 5% artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  atau 5% artinya terjadi heteroskedastisitas.

#### **4. Uji F (*Goodness of fit*)**

Ketetapan fungsi regresi dalam memprediksi nilai aktual pada sampel dapat diukur melalui *Goodness of Fit* dari uji F. Dalam ranah statistik, nilai statistik F dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur koefisien determinasi. Apabila nilai signifikan *probability* F statistik  $< 0,05$  maka semua variabel independen dapat memprediksi variabel dependen dengan baik (Ghozali, 2021).

#### **5. Uji Hipotesis**

##### **a. Analisis Regresi Linier Berganda**

Menurut Wiyono (2020), analisis regresi linier berganda didasari oleh hubungan fungsional ataupun hubungan kasual dari dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linier berganda diterapkan ketika terdapat setidaknya dua variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda

digunakan untuk mengetahui pengaruh atau keterkaitan antara kualitas produk (X1), *brand ambassador* (X2), *word of mouth* (X3), *social media marketing* (X4) terhadap keputusan pembelian (Y). Berikut adalah persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

A = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = *Brand Ambassador*

X<sub>3</sub> = *Word of Mouth*

X<sub>4</sub> = *Social Media Marketing*

e = Standard Error

b. Uji t

Menurut Ghazali (2021), uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Selanjutnya dapat diketahui variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen dengan  $\alpha = 0,05$ . Berikut merupakan kriteria pengujian uji t:

1.) Apabila tingkat signifikansi  $\leq 0,05$  maka hipotesis penelitian yaitu

H1, H2, H3, H4 diterima.

2.) Apabila tingkat signifikansi  $\geq 0,05$  maka hipotesis peneliti yaitu H1, H2, H3, H4 ditolak.

#### **6. Uji Koefisien Determinasi**

Menurut Ghozali (2021), koefisien determinasi merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi dari variabel dependen yang bisa dijelaskan oleh variasi variabel independen dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam model regresi. Pada penelitian ini menggunakan *Adjusted R Square*, karena nilai *Adjusted R Square* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.