

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

1. Brand Ambassador  
Menurut Rossiter dkk. (2018), *brand ambassador* adalah seseorang yang dapat mewakili produk atau perusahaan, sehingga mendapatkan dampak yang besar bagi perusahaan pada produk penjualan tersebut.
2. Kualitas Produk  
Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai, bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.
3. Harga  
Menurut Kotler & Armstrong(2016), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.
4. Keputusan Pembelian  
Menurut Kotler dkk. (2016), keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

## B. Definisi Operasional

Menurut Nurdin & Hartati (2019), definisi operasional adalah variabel yang didefinisikan secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap objek atau fenomena. Definisi operasional terdapat variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

### 1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2019), variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

#### 1. *Brand Ambassador* (X1)

Menurut Rossiter dkk. (2018), kuesioner diadaptasi atau adopsi dari penelitian terdahulu yang juga menggunakan indikator dan konsep yang sama. Indikator *brand ambassador*, yaitu:

- a. Kepopuleran (*Visibility*)
- b. Kredibilitas (*Credibility*)
- c. Daya Tarik (*Attraction*)
- d. Kekuatan (*Power*)

#### 2. Kualitas Produk (X2)

Menurut Kotler & Keller (2016), indikator kualitas produk, yaitu:

- a. Bentuk (*Form*)
- b. Fitur (*Feature*)
- c. Kualitas Kinerja (*Performance Quality*)

- d. Kesesuaian Kualitas (*Perceived Quality*)
- e. Daya Tahan (*Durability*)
- f. Keandalan (*Reability*)

### 3. Harga (X3)

Menurut Kotler & Armstrong(2016), terdapat empat indikator harga, yaitu:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya Saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

### 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2019), variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Menurut Kotler dkk. (2016), terdapat enam indikator keputusan pembelian, yaitu:

- a. Pilihan produk
- b. Pilihan Merek
- c. Pilihan Penyalur
- d. Waktu Pembelian
- e. Jumlah Pembelian
- f. Metode Pembayaran

### **C. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang ilmiah. Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka dan analisis menggunakan statistik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah di Yogyakarta.

### **D. Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis dan sumber data primer, yaitu data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden secara online yang akan disebarakan melalui *Google form* kepada masyarakat yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian.

### **E. Objek dan Subyek**

#### 1. Objek

Objek dalam penelitian ini adalah variabel independen (bebas) yaitu *Brand Ambassador* (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), dan variabel dependen (terikat) yaitu Keputusan Pembelian (Y).

#### 2. Subyek

Subyek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Yogyakarta, usia minimal 17 tahun, berjenis kelamin Wanita, pernah melakukan pembelian produk lipstik merek Wardah minimal satu kali dalam waktu satu tahun terakhir, dan mengenal *brand ambassador* Wardah.

## **F. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek dan obyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen lipstik Wardah di Yogyakarta.

### **2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2019). Menurut Sugiyono (2019), teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Pertimbangan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Berdomisili di Yogyakarta
2. Usia minimal 17 tahun
3. Berjenis kelamin wanita
4. Pernah melakukan pembelian produk lipstik merek Wardah minimal satu kali dalam waktu satu tahun terakhir.
5. Mengenal *brand ambassador* Wardah

Menurut Hair dkk (2010), jumlah sampel yang baik dalam penelitian harus 100 sampel atau lebih besar. Jumlah sampel pada penelitian dapat ditentukan 5 x jumlah indikator. Jumlah indikator pada penelitian ini sebanyak 20 indikator. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini yaitu  $5 \times 20 = 100$  responden.

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

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan membagikan kuesioner berupa *Google form* kepada responden yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Menurut Sugiyono (2019), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung, dikirim melalui pos, atau internet.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2019), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan pandangan seseorang terhadap fenomena social. Dengan skala Likert, variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berbentuk pertanyaan atau pernyataan. Adapun skala pengukuran dengan menggunakan skala Likert yaitu:

Skor 5 : Sangat Setuju (SS)

Skor 4 : Setuju (S)

Skor 3 : Netral (N)

Skor 2 : Tidak Setuju (TS)

Skor 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

## H. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dilaporkan oleh peneliti. Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian yaitu valid, reliabel, dan obyektif. Untuk menguji validitas item pertanyaan yang terdapat pada kuesioner pengujian statistik adalah dengan menggunakan koefisien korelasi kolom, yang dilihat yaitu kolom *corrected item-Total correlation* pada table item-total statistik hasil pengolahan data dengan menggunakan

*Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut:

- a. Apabila  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ , maka instrumen tersebut dinyatakan valid.
- b. Apabila  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ , maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas diukur dengan koefisien *Cronbach Alpha*, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika *Cronbach Alpha*  $> 0,70$  maka instrument dinyatakan reliabel.
- b. Jika *Cronbach Alpha*  $< 0,70$  maka instrument dinyatakan tidak reliabel.

## I. Uji Asumsi Dasar

### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas digunakan untuk menguji data dalam model regresi apakah berdistribusi normal atau tidak, yaitu diukur dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogrov Smirnov Test* yang dapat dilihat dari tingkat signifikansinya, dengan tingkat

signifikansi di atas 0,05 atau 5%, itu artinya data yang diuji berdistribusi normal dan sebaliknya.

## **J. Uji Asumsi Klasik**

### 1. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai  $VIF > 10$  maka terjadi multikolinieritas.

### 2. Uji Heteroskedasitas

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedasitas berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini menggunakan uji *glejser* untuk meregresi nilai *absolute* residual terhadap variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan dengan uji *Glejser* adalah jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedasitas.

## K. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2019), analisis regresi linier berganda digunakan sebagai alat analisis statistik karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel yang mempengaruhi variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun model regresi linier berganda pada penelitian ini, sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Variabel dependen
- a = Konstanta
- b<sub>1</sub> = Koefisien regresi *brand ambassador*
- b<sub>2</sub> = Koefisien regresi kualitas produk
- b<sub>3</sub> = Koefisien regresi harga
- X<sub>1</sub> = Variabel *brand ambassador*
- X<sub>2</sub> = Variabel kualitas produk
- X<sub>3</sub> = Variabel Harga
- e = Error

## L. Spesifikasi Model Regresi

### 1. Uji Kelayakan Model Regresi (Uji F)

Menurut Ghozali (2018), uji F digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi dalam menaksir nilai aktual. Adapun kriteria uji F sebagai berikut:

1. Jika signifikansi  $< 0,05$  (5%) maka pengujian bisa terus dilanjutkan.
  2. Jika signifikansi  $> 0,05$  (5%) maka model dinyatakan tidak layak.
2. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Menurut Widarjono (2018), *Adjusted R<sup>2</sup>* adalah koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted*) dengan jumlah variabel independen dalam model yang lebih dari satu,  $R^2$  digunakan untuk regresi linier sederhana, sementara *Adjusted R<sup>2</sup>* digunakan untuk regresi linier berganda. Dalam penelitian ini menggunakan *Adjusted R<sup>2</sup>*, karena nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

### **M. Uji Hipotesis**

1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018), uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Pengujian ini didasarkan pada tingkat signifikansi 0,05. Adapun kriteria hipotesis tersebut diterima atau ditolak, sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.