

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dimana data yang diperoleh dalam bentuk angka yang kemudian dianalisis, dengan cara mengumpulkan, mengklarifikasi sesuai kenyataan lapangan, selanjutnya dapat dijadikan dasar dalam menarik kesimpulan dengan model *explanatory research*. Menurut Sugiyono (2019), penelitian *explanatory (explanatory research)* adalah metode penelitian yang menggambarkan letak variabel yang diteliti dan pengaruhnya antara satu variabel dengan variabel lainnya. Hubungan sebab akibat dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Citra Merek Susu Chilgo Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi.

#### **B. Sifat Penelitian**

Sifat penelitian ini adalah Replikasi. Menurut Sugiyono (2016) penelitian replikasi merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengadopsi variabel dan indikator yang sama dengan penelitian sebelumnya. Sifat penelitian ini adalah replikasi dari penelitian sebelumnya oleh (Purwati & Cahyanti, 2022) yang berjudul Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. Adapun perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada objek yang diteliti dan periode penelitian.

## **C. Lokasi dan Periode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi yang beralamat di Jl. Medan - Pematang Siantar No.9 A, Lubuk Raya, Kec. Padang Hulu, Kota Tebing Tinggi, Sumatera Utara.

### **2. Periode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dari bulan Februari 2023 sampai dengan Agustus 2023.

## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini yang menjadi populasi penelitian adalah konsumen PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi yang tidak diketahui jumlahnya. Alasan populasi tidak diketahui secara pasti karena jumlah populasinya sangat besar dan tidak ada data atau angka yang pasti sehingga tidak dapat dicantumkan dalam penelitian dan juga keterbatasan dari peneliti itu sendiri dengan beberapa faktor seperti keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang diberikan untuk meneliti.

### **2. Teknik Penentuan Besar Sampel**

Menurut (Sugiyono, 2017) menegaskan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Pengukuran sampel merupakan tahap pertama dalam menentukan ukuran sampel yang akan digunakan untuk meneliti suatu objek. Apabila jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus *Cochran* (Sugiyono, 2017) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

n: Jumlah sampel yang diperlukan

z: Harga dalam kurve normal simpangan 95% dengan nilai 1,96

p: Peluang benar 50% = 0,5

q: Peluang salah 50% =0,5

e: Tingkat kesalahan sampel (sampling error) biasanya 10%

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana z sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 96$$

Berdasarkan perhitungan, maka sampel yang diambil adalah berjumlah 96 responden.

### 3. Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi yang secara kebetulan bertemu

dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika dilihat orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

### **E. Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh langsung dari responden. Menurut Sugiyono (2016), Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data Primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari responden dalam bentuk wawancara serta tanggapan tertulis terhadap sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang diajukan dalam bentuk kuesioner. Sumber data primer yang peneliti peroleh dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan langsung kepada konsumen yang membeli produk Susu Chilgo pada PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi.

### **F. Metode Pengumpulan Data**

Teknik atau metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2016), Kuesioner (Angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada konsumen PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi yang sesuai sebagai sumber data. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden mengenai hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Variabel diukur dengan menggunakan skala likert yang sesuai (Sugiyono, 2016). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap,

pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial untuk setiap pertanyaan atau pernyataan yang harus didukung oleh responden terhadap pertanyaan yang diberikan.

**Tabel 3.1**  
**Instrument Skala Likert**

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Buku Sugiyono (2016)

#### G. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Defenisi operasional variabel dalam penelitian ini yang diukur yaitu keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat, minat beli (Z) sebagai variabel intervening, *brand ambassador* (X1) dan citra merek (X2) sebagai variabel bebas, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Table 3.2**  
**Defenisi Operasional Variabel Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan ,dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. (Kotler dan Armstrong,	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembayaran (Kotler dan Armstrong, 2016)	Likert

		2016)		
2	Minat Beli (Z)	Minat beli merupakan salah satu jenis perilaku konsumen yang terjadi sebagai respon yang muncul terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk membeli sesuatu. (Kotler & Keller, 2016)	1. Minat transaksional 2. Minat refrensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif (Kotler & Keller, 2016)	Likert
3	Brand Ambassador (X1)	Brand ambassador adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dan terhubung dengan publik, mengenai bagaimana mereka sebenarnya memanfaatkan penjualan. (Barnes & Lea-Greenwood, 2016)	1. <i>Transference</i> 2. <i>Congruence</i> 3. Kredibilitas 4. Daya Tarik 5. Power (Barnes & Lea-Greenwood, 2016)	Likert
4	Citra Merek (X2)	Citra merek adalah persepsi tentang merek yang digambarkan oleh asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen. (Kotler & Keller, 2016)	1. Pengenalan ( <i>Recognition</i> ) 2. Reputasi ( <i>Reputation</i> ) 3. Daya Tarik ( <i>Affinity</i> ) 4. Kesetiaan ( <i>Loyalty</i> ) (Kotler & Keller, 2016)	Likert

#### H. Metode Analisis Data

Alat dan Teknik Analisis Data pada penelitian ini dilakukan dengan metode analisis *SEM Analysis* dengan *software* Smart PLS 3.0 dengan teknik analisis data yang dilakukan dimulai dari analisis statistik deskriptif dan selanjutnya analisis dengan *Partial Least Square (PLS)*.

## 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memiliki fungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terkait objek yang diteliti melalui data populasi atau sampel sebagaimana adanya, dengan tidak melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku secara umum. Analisis ini digunakan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden penelitian terhadap item-item pernyataan pada kuesioner. Pada analisis ini seluruh item yang diteliti dideskripsikan dengan menggunakan nilai rata-rata dan persentase dari skor jawaban responden.

## 2. Analisis Structural Equation Modelling (SEM Analysis)

Pada penelitian ini data dianalisis dengan alat analisis data kuantitatif PLS *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan berbasis varians atau disebut *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *software* Smart PLS versi 3.0. PLS (*Partial Least Square*) yaitu analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi). Metode *bootstrapping* digunakan pada model SEM ini. Dengan dilakukannya *bootstrapping* maka PLS tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel sehingga penelitian yang jumlah sampelnya kecil dapat tetap menggunakan PLS. *Partial Least Square* digolongkan jenis non-

parametrik oleh karena itu dalam permodelan PLS data tidak perlu dengan distribusi normal.

PLS merupakan metode analisis yang *powerful* karena data tidak didasarkan pada asumsi pengukuran skala tertentu. Data tidak harus berdistribusi normal *multivariate* (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai rasio dapat digunakan pada model yang sama), sampel juga tidak harus besar. Selain untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh antar variabel laten, (Ghozali & Latan, 2015).

Dalam PLS model pengaruh dapat diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator atau manifest variabel di skala *zero means* dan unit *variance* (nilai *standarized*) sehingga parameter lokasi (konstanta) dapat dihilangkan dalam model tanpa mempengaruhi nilai generalisasi. Teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan karena PLS tidak menghasilkan adanya distribusi tertentu untuk estimasi parameter.

PLS lebih cocok digunakan pada penelitian dengan tujuan yang ingin diteliti berupa prediksi. Jumlah sampel pada PLS dapat kecil dan PLS bisa dianggap menjadi model alternatif dari CBSEM, (Ghozali & Latan, 2015).

Estimasi parameter yang diperoleh dari PLS (*Partial Least Square*) dapat dikategorikan sebagai berikut: Kategori pertama yaitu *weight estimate* yang berfungsi untuk menciptakan skor pada variabel laten. Kategori kedua memperlihatkan estimasi jalur (*path estimate*) yang



menghubungkan variabel laten serta antar variabel laten dan blok indikatornya (*loading*). Kategori ketiga yaitu berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh hasil dari ketiga estimasi ini, PLS (*Partial Least Square*) menggunakan tiga tahap dan dalam setiap tahapnya menghasilkan estimasi yaitu sebagai berikut:

- 1) Menghasilkan *weight estimate*.
- 2) Menghasilkan estimasi untuk inner dan outer model.
- 3) Menghasilkan estimasi means dan lokasi (konstanta), (Ghozali & Latan, 2015).

### **3. Analisa Outer Model**

Analisa *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (*valid* dan *reliabel*). Dalam analisa model ini menspesifikasi pengaruh antar variabel laten dengan indikator-indikatornya, (Ananda Sabil Husein, 2015).

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas dimaksudkan untuk menilai valid tidaknya kuesioner penelitian. Jika pertanyaan/pernyataan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang diinginkan peneliti diasumsikan bahwa kuesioner itu valid. Ada beberapa langkah pengujian yang akan dilakukan. Artinya, melalui uji validitas *convergent validity* dan *discriminant validity*.

### 1) *Convergent Validity*

*Convergent Validity* menggambarkan tingginya hubungan korespondensi setiap indikator dengan tiap-tiap konstruksinya. *Convergent validity* dibagi menjadi *outer loadings* dan *Average Variance Extracted (AVE)*, dapat dikatakan valid nilai *loadings* harus lebih besar dari 0,7. Namun jika memiliki nilai lebih dari 0,5 sampai 0,6 dianggap sudah cukup.

### 2) *Discriminant Validity*

*Discriminant Validity* bertujuan untuk mendapati modifikasi perbedaan nilai dari setiap variabel. Jika nilai akar AVE > dari hubungan korelasi nilai variabel lainnya di dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas berguna untuk menilai kuesioner yang menunjukkan korelasi dari indikator variabel yang sama. Kuesioner dapat dikatakan reliabel, jika pertanyaan dijawab secara konsisten dari waktu ke waktu dalam kurun waktu yang lama. Pengujian terhadap reliabilitas ini menggunakan uji *composite reliability*. Uji reliabilitas memperlihatkan hasil pengukuran apakah dapat diterima atau dipercaya secara konsisten dari setiap variabel. Dalam mengukur suatu konstruk, uji reliabilitas dapat dievaluasi dengan menggunakan dua jenis ukuran, yaitu *internal consistency* dan *cronbach's alpha*.

**Table 3.3**  
**Penjelasan Analisa Outer Model**

No.	Kriteria	Penjelasan	Penarikan Kesimpulan
<b>Untuk Indikator reflektif</b>			
1.	<i>Loading Factor</i>	Nilai <i>convergen validity</i> merupakan nilai <i>loading factor</i> pada variabel laten dengan indikator-indikatornya.	Nilai loading faktor harus lebih besar dari 0,70. Chin dalam Ghozali, nilai <i>outer loading</i> antara 0,5-0,6 sudah dianggap cukup.
2.	<i>Composite reliability</i>	<i>Composite reliability</i> digunakan dalam mengukur <i>internal consistency</i> .	Dalam pengukuran tersebut nilai yang diperoleh harus > 0,60.
3.	<i>Validitas diskriminan</i>	Nilai ini yakni nilai <i>cross loading</i> faktor yang digunakan guna mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai.	Nilai akar kuadrat dari AVE harus > nilai korelasi antar variabel laten.
4.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Alat ukur yang digunakan untuk menghitung variasi variabel laten yang dapat dijelaskan oleh variasi model pengukuran.	Nilai AVE yang diperoleh harus di atas 0,5.
5.	<i>Cronbach's Alpha</i>	Uji reliabilitas konstruk dari blok indikator konstruk selain dari hasil dari <i>composite reliability</i> .	Konstruk dinilai reliabel apabila nilai yang diperoleh dari uji ini harus > 0,70.
<b>Untuk Indikator formatif</b>			
1.	Signifikansi Nilai <i>Weight</i>	Tingkat signifikansi dinilai dengan prosedur <i>bootstrapping</i> .	Nilai estimasi untuk model pengukuran formatif harus signifikansi.
2.	Multikolonieritas	Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar indikator.	Nilai <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i> dapat digunakan untuk mengujinya dan jika nilai VIF diatas 10 diidentifikasi terjadi Multikol.

Sumber : Buku Ghozali & Latan (2015)

#### 4. Analisa Inner Model

Analisa (*inner model*) digunakan peneliti untuk memeriksa hubungan antar variabel laten di dalam penelitian melalui uji t. Model struktural (*inner model*) menggunakan beberapa indikator, meliputi *R-Square* ( $R^2$ ), *Predictive Relevance* ( $Q^2$ ) dan *Goodnes of Fit Model* (GoF).

##### a. *R-Square* ( $R^2$ )

Koefisien determinasi nilai *R-Square* digunakan untuk mengetahui pengaruh yang nominal antara pengukuran variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai dari *R-Square* pada dasarnya adalah 0.75, 0.50, dan 0.25 yang diterapkan yaitu substansial, moderat, dan lemah.

##### b. *Goodness of Fit Model* (GoF)

Model *goodness of fit* digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan keterlibatan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Dalam PIS, analisa GoF dapat digunakan *Q-square predictive relevance* ( $Q^2$ ). *Q-Square* bertujuan menaksir nilai ukuran pengamatan oleh model dan parameterinya. Jika *Q-Square* > dari 0, menunjukkan model mempunyai *predictive relevance*. Namun jika *Q-Square* < dari 0, menunjukkan model kurang mempunyai *predictive relevance*. Berikut ini rumus *Q-Square* ( $Q^2$ ) adalah sebagai berikut :

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2) \dots (1 - R_n^2)$$

Keterangan:

$R_1^2, R_2^2, \dots, R_n^2$  = Nilai *R-Square* variabel endogen.  
Besaran  $Q^2$  = Memiliki nilai dengan rentang  $0 < Q^2 < 1$ .

## I. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu teknik yang dipergunakan di dalam penelitian untuk menilai kebenaran dari pertanyaan yang diajukan di dalam hipotesis, sehingga dapat diambil kepastian dari pernyataan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak. Uji hipotesis dalam penelitian ini meliputi, berikut ini :

### 1. Uji T-Statistic

Uji t bertujuan untuk menguji variabel bebas dapat berpengaruh pada variabel terikat secara masing-masing. Di dalam uji t dipergunakan untuk menentukan substansial penelitian, alat uji tersebut dinamakan T-*statistic*. Apabila penelitian menggunakan derajat *alpha* 5%, maka diperoleh nilai 1,96. Jika diketahui nilai T-*statistic* > 1,96, maka hipotesis tingkat substansial dapat diterima (Ghozali & Latan, 2015).

### 2. Uji Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Penelitian ini menggunakan variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*) yang dihubungkan melalui variabel mediasi. Untuk menentukan seberapa besar pengaruh tidak langsung atau efek mediasi terhadap variabel lain digunakan sebuah metode pengukuran *Variance Accounted For* (VAF), adapun rumusnya sebagai berikut :

$$\text{VAF} = \frac{\text{Pengaruh tidak langsung}}{\text{Pengaruh tidak langsung} + \text{Pengaruh langsung}}$$

Apabila nilai VAF > 80% maka mediasi dikatakan penuh. Apabila 20% < VAF < 80% maka mediasi dikatakan sebagian atau sebagai pemediasi parsial, dan apabila VAF < 20% maka dikatakan tidak ada mediasi. Untuk menghitung nilai dampak tidak langsung (*indirect effect*)

dan dampak langsung (*direct effect*) dihitung secara otomatis menggunakan program Smart PLS 3.0.



