

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu dilaksanakannya penelitian ini dimulai pada bulan April 2021, yang diawali dengan pengumpulan data-data dan informasi yang bersumber dari buku, jurnal, laporan, penelitian terdahulu, berita dan lain sebagainya guna melakukan kajian pustaka. Penelitian ini berlangsung hingga bulan September 2021, dengan total waktu penyebaran kuesioner selama kurang lebih 30 hari yang dimulai sejak 18 Agustus 2021 sampai dengan 19 September 2021. Selain waktu, tempat penelitian adalah bagian yang tidak kalah penting untuk mengetahui dimana sumber data yang dibutuhkan untuk penelitian ini diperoleh. Namun, menyesuaikan dengan kondisi pembatasan mobilitas penduduk karena pandemi covid-19, maka penelitian ini dilakukan di wilayah atau provinsi domisili peneliti, yaitu di DKI Jakarta dengan pengumpulan data yang dilakukan secara daring agar responden yang berdomisili di Indonesia secara keseluruhan dapat lebih mudah dijangkau.

#### **3.2 Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014), metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu guna menjelaskan dan merangkum berbagai macam situasi dan kondisi, atau variabel-variabel yang ada di masyarakat sebagai objek penelitian berdasarkan apa yang sedang terjadi.

Selain itu, peneliti menggunakan jenis penelitian *explanatory research* yang menjelaskan peranan dari tiap-tiap variabel penelitian serta bagaimana hubungan yang dimiliki antara satu variabel dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2014). Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa jenis penelitian yang digunakan telah sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi meliputi obyek atau subyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Penelitian ini memiliki populasi yang bersifat *infinite* karena jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Adapun populasi yang terdapat pada penelitian ini merupakan penonton drama Korea yang berusia 17 tahun atau lebih, berdomisili di Indonesia, dan sudah pernah menonton drama Korea yang disponsori dan/atau terdapat *placement smartphone* Samsung.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sedangkan teknik *sampling* adalah cara yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel pada penelitian (Sugiyono, 2014). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dapat dijadikan sebagai sampel oleh peneliti (Sugiyono, 2014).

Kemudian, metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap memiliki hubungan dengan karakteristik populasi berdasarkan penilaian subjektif peneliti. Peneliti menggunakan teknik tersebut untuk mendapatkan kriteria yang dapat memenuhi tujuan pada penelitian ini. Adapun kriteria responden yang telah ditentukan antara lain:

1. Responden berusia minimal 17 tahun.
2. Responden berdomisili di Indonesia.
3. Responden pernah dan/atau sedang menonton drama Korea yang disponsori Samsung dan/atau terdapat *placement smartphone* Samsung di dalamnya, seperti drama Korea dengan judul: Crash Landing on You, Itaewon Class,

Hospital Playlist, The World of the Married, It's Okay to Not Be Okay, Start Up, The Penthouse, True Beauty, Run On, Vincenzo, Nevertheless, dan lain sebagainya (minimal satu judul drama Korea).

Dikarenakan jumlah populasi pada penelitian ini yang bersifat *infinite*, maka peneliti menentukan ukuran sampel minimal sebanyak 40 responden, dengan perhitungan sampel yang 10 kali lebih besar dari jumlah variabel (4 variabel x 10), mengacu pada pendapat Roscoe (1975) dalam Sekaran (2007). Namun, dengan mengacu pada pendapat Hair (2014), peneliti telah menetapkan jumlah sampel sebanyak 200 responden agar populasi memiliki tingkat keterwakilan lebih tinggi.

### 3.4 Pengembangan Instrumen

#### 3.4.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel menjelaskan cara peneliti dalam mengukur konstruk pada setiap variabel penelitiannya. Adapun definisi operasional variabel pada penelitian ini dapat dilihat dalam tabel operasionalisasi variabel berikut.

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Indikator	Sumber
<i>Sponsor-program Congruence</i> (X1)	1. Terdapat hubungan yang logis antara Samsung dan drama Korea	Speed dan Thompson (2000); Drengner, Jahn, dan Zanger (2011); Park dan Sihombing (2020)
	2. Samsung dan drama Korea memiliki <i>image</i> yang serupa, salah satunya adalah <i>image</i> sebagai produk asal Korea Selatan	
	3. <i>Sponsorship</i> antara Samsung dan drama Korea sangat cocok	
	4. Samsung dan drama Korea memiliki peran yang serupa, salah satunya adalah berkontribusi pada perekonomian Korea Selatan	
	5. Masuk akal bagi saya bahwa Samsung mensponsori drama Korea	
<i>Product Placement</i> (X2)	1. Logo merek Samsung terlihat jelas pada drama Korea	Juliana dan Sihombing (2019); Russel (2002)
	2. Produk <i>smartphone</i> Samsung diperlihatkan secara jelas pada drama Korea	
	3. Cara penggunaan <i>smartphone</i> Samsung ditunjukkan secara jelas pada drama Korea	
	4. <i>Smartphone</i> Samsung diperlihatkan secara berulang-ulang pada drama Korea	

5. *Smartphone* Samsung diperlihatkan dalam durasi yang cukup lama pada drama Korea (lebih dari 3 detik)
6. Penempatan *smartphone* Samsung berada pada bagian adegan yang cocok dengan alur cerita drama Korea
7. Keterkaitan alur cerita drama Korea dengan *smartphone* Samsung kuat

<i>Brand Awareness</i> (Z)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya menyadari keberadaan merek Samsung pada drama Korea</li> <li>2. Saya mengenal merek Samsung sebagai merek dari <i>smartphone</i></li> <li>3. Saya dapat mengingat <i>smartphone</i> Samsung yang ada di drama Korea dengan mudah</li> <li>4. <i>Smartphone</i> merek Samsung memiliki ciri khas</li> <li>5. Merek Samsung muncul dalam benak saya ketika berbicara mengenai <i>smartphone</i></li> </ol>	Juliana dan Sihombing (2019); Febriyantoro (2020)
<i>Purchase Intention</i> (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya ingin membeli <i>smartphone</i> Samsung setelah melihatnya pada drama Korea</li> <li>2. Saya akan membeli <i>smartphone</i> Samsung yang disponsori di drama Korea dalam waktu dekat</li> <li>3. Saya berencana untuk membeli <i>smartphone</i> Samsung yang disponsori di drama Korea dalam waktu enam bulan</li> <li>4. Saya berniat untuk membeli <i>smartphone</i> Samsung yang disponsori di drama Korea dalam waktu satu tahun</li> <li>5. Saya akan membeli <i>smartphone</i> Samsung yang disponsori di drama Korea daripada merek lain</li> <li>6. Kemungkinan tinggi bagi saya untuk membeli <i>smartphone</i> Samsung</li> </ol>	Park dan Sihombing (2020); Juliana dan Sihombing (2019)

Sumber: Data diolah (2021)

### 3.4.2 Skala Pengukuran

**Tabel 3.2 Skala Likert**

Pernyataan (Positif)	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2014)

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Dalam tabel 3.2 dapat dilihat bahwa skala *likert* pada penelitian ini menggunakan skala interval lima tingkat yang dimulai dari ‘sangat tidak setuju’ dengan skor paling rendah, hingga ‘sangat setuju’ yang memiliki skor paling tinggi.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik yang mengacu pada Pedoman Penulisan Proposal Skripsi dan Skripsi FE UNJ (2021) bahwa dalam penelitian kuantitatif data biasanya dikumpulkan menggunakan teknik survei, baik secara daring maupun secara konvensional, maka peneliti memilih teknik survei secara daring dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner akan dilakukan secara daring, yaitu dengan menyebarkan tautan kuesioner melalui media sosial seperti: *Whatsapp, Line, Instagram, Twitter, E-mail*, dan sebagainya.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini, analisis data dimulai dengan melakukan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan data yang meliputi profil responden dan profil data. Kemudian dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas data, serta analisis jalur dalam pengujian hipotesis. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan perangkat lunak SmartPLS versi 3.2.9.

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif atau *statistis descriptive* merupakan statistik yang berguna untuk menganalisis data, yaitu dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini,

peneliti melakukan analisis deskriptif dengan mendeskripsikan distribusi tiap-tiap variabel, mulai dari variabel *sponsor-program congruence* sampai dengan variabel *purchase intention* dengan memberikan angka dalam bentuk jumlah dan persen sebagai ukuran deskriptifnya.

Kemudian, tabel frekuensi digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis tingkat kesetujuan dari jawaban responden dan untuk menemukan indikator yang lebih dominan berdasarkan jawaban responden. Penilaian dengan skala 5 poin digunakan pada penelitian ini, dengan perhitungan interval menggunakan rumus nilai tertinggi (m) dikurangi nilai terendah (n) dan kemudian dibagi oleh jumlah kelas (b) (Simamora, 2005).

$$RS = (m - n) / b$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus tersebut, maka diperoleh nilai interval (RS) sebesar 0,8 yang kemudian membentuk kategori nilai *mean* yang diuraikan dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 3.3 Kategori Nilai Mean**

Kategori	Batasan
Sangat Tinggi	$4,20 < X \leq 5,00$
Tinggi	$3,40 < X \leq 4,20$
Sedang	$2,60 < X \leq 3,40$
Rendah	$1,80 < X \leq 2,60$
Sangat Rendah	$1,00 < X \leq 1,80$

Sumber: Sudjana (2005)

### 3.6.2 Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang berperan sebagai pengukur yang berguna untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner. Pernyataan yang tertera dalam kuesioner harus bisa mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut agar kuesioner tersebut dapat dikatakan valid. Menurut Ghozali (2016) cara untuk mengetahui validitas dari data adalah dengan melakukan perbandingan nilai indeks korelasi dengan nilai kritis sebesar 5% pada taraf signifikansi. Berikut ini merupakan dasar analisis yang digunakan untuk menguji validitas:

- a. Variabel dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dan
- b. Variabel dinyatakan tidak valid apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

### 3.6.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berperan dalam menentukan apakah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali pada minimal responden yang sama sebagai alat dalam mengumpulkan data, dan akankah data yang dihasilkan konsisten. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan melakukan perbandingan dari hasil pertanyaan satu dengan yang lain atau dengan cara mengukur korelasi antar tanggapan terhadap pertanyaan. Johnson dan Christensen (2012) juga menyebutkan bahwa, suatu instrumen dapat dikatakan reliabel ketika koefisien *Cronbach Alpha*  $\geq 0,7$ .

### 3.6.4 Partial Least Square (PLS)

PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. SEM yang berbasis kovarian (CB-SEM) umumnya menguji kausalitas/teori, sedangkan PLS-SEM yang disebut juga *PLS Path Modeling* lebih bersifat prediktif (Hair et al., 2017). PLS-SEM merupakan metode analisis yang kuat, dengan metode analisis yang terdistribusi normal dan tidak mengharuskan jumlah sampel yang besar. PLS-SEM tidak hanya dapat digunakan untuk hubungan antar variabel laten saja, namun juga dapat digunakan untuk melakukan analisis pada konstruk yang dibentuk dengan indikator yang bersifat reflektif dan juga formatif. PLS-SEM pada penelitian ini menggunakan metode *bootstrapping*, dimana asumsi normalitas tidak dipermasalahkan. Kemudian, analisa pada PLS-SEM dalam penelitian ini dilakukan dengan tahapan-tahapan yang terdiri dari analisa *outer model*, *inner model*, dan pengujian hipotesis.

#### 3.6.4.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisis *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan *valid* dan *reliable*. Uji validitas pada penelitian ini meliputi validitas

secara konvergen (*convergent validity*) dan validitas secara diskriminan (*discriminant validity*). Nilai *convergent validity* ialah nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. *Convergent validity* dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi  $> 0,7$  dengan konstruk yang ingin diukur. Namun untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading factor* 0,5 sampai dengan 0,6 dianggap cukup (Ghozali, 2006). Sedangkan nilai *discriminant validity* merupakan nilai *cross loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai, yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* pada konstruk yang lain (Hussein, 2015).

Reliabilitas instrumen pada penelitian ini terdiri dari *composite reliability*, *Average Variance Extracted (AVE)*, dan diperkuat dengan *Cronbach Alpha*. Nilai *composite reliability* diartikan mempunyai reliabilitas yang tinggi jika  $> 0,7$  dengan nilai AVE yang diharapkan  $> 0,5$  dan diperkuat dengan nilai *Cronbach Alpha* yang diharapkan  $> 0,6$  untuk semua konstruk (Hussein, 2015).

#### **3.6.4.2 Model Struktural (*Inner Model*)**

Analisis model struktural atau *inner model* dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun pada penelitian ini *robust* dan akurat. Menurut Hussein (2015) evaluasi *inner model* atau model struktural dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), *predictive relevance* ( $Q^2$ ) dan mencari nilai *Goodness of Fit Index* (GoF). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan pengukur tingkat keragaman dari perubahan yang terjadi pada variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai  $R^2$  juga dapat mendeskripsikan seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh perubahan variabel eksogen terhadap variabel laten endogen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  memperlihatkan bahwa model prediksi dari model penelitian yang diajukan semakin baik. Setelah mengetahui nilai  $R^2$  dari

variabel *brand awareness* ( $R^2$ ) dan nilai  $R^2$  dari variabel *purchase intention* ( $R1^2$ ), selanjutnya nilai *predictive relevance* ( $Q^2$ ) dapat dihitung dengan menggunakan rumus  $Q^2 = 1 - ((1 - R1^2) (1 - R2^2))$ .

Perbedaan antara PLS-SEM dengan CB-SEM terletak pada cara mencari nilai *Goodness of Fit Index* (GoF). Nilai GoF pada PLS-SEM harus dicari secara manual dengan rumus  $GoF = \sqrt{meanAVE \times meanR^2}$  (Tenenhaus et al., 2005). Selain itu, terdapat tiga kriteria GoF menurut Tenenhaus et al., (2005) yang terdiri dari GoF *small* (0,1), GoF *medium* (0,25), dan GoF besar (0,38). Apabila hasil pengujian  $R^2$ ,  $Q^2$ , dan *Model Fit/GoF* telah menunjukkan bahwa model yang dibentuk *robust*, maka tahap pengujian hipotesa selanjutnya dapat dilakukan.

### 3.6.5 Pengujian Hipotesis

#### 3.6.5.1 Uji Pengaruh Langsung

Hipotesis dinyatakan terbukti secara signifikan apabila t-statistik memiliki nilai yang lebih tinggi dari t-tabel dan *p-value* yang tidak bernilai lebih tinggi dari nilai *alpha* yang telah ditentukan. Pengujian hipotesis secara langsung dapat dilihat hasilnya melalui *bootstrapping* pada *software* SmartPLS versi 3.2.9 yang akan digunakan oleh peneliti dalam melakukan olah data. Hasil pengujian hipotesis didapatkan setelah melakukan analisis pada nilai *path coefficients*, *t-statistics* dan *p-value* yang didapatkan dari hasil olah data (Hussein, 2015).

#### 3.6.5.2 Uji Pengaruh Tidak Langsung

Penelitian ini juga akan melakukan pengujian pengaruh tidak langsung, karena dalam penelitian ini terdapat variabel mediasi yaitu *brand awareness*. Pengujian hipotesis secara tidak langsung atau hipotesis mediasi juga dapat dilihat hasilnya melalui *bootstrapping* pada *software* Smart PLS 3.2.9, yaitu pada tabel *specific indirect effects*. Selain itu, pengujian hipotesis mediasi juga dapat dilakukan dengan uji Sobel (*Sobel Test*). Uji Sobel dilakukan untuk menguji kekuatan dari pengaruh tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel

dependen (Y) melalui variabel intervening (Z) dengan perhitungan menggunakan rumus di bawah ini (Ghozali, 2016):

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 S_b^2}$$

Keterangan:

- $S_{ab}$  : Besar standar eror pengaruh tidak langsung
- $a$  : Jalur variabel independen (X) dengan variabel intervening (Z)
- $b$  : Jalur variabel intervening (Z) dengan variabel dependen (Y)
- $S_a$  : Standar eror koefisien  $a$
- $S_b$  : Standar eror koefisien  $b$

Kemudian, untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka peneliti perlu menghitung nilai  $t$  dari koefisien dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{s_{ab}}$$

Ketika  $t$ -hitung bernilai lebih besar dari  $t$ -tabel, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi di antara hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Sedangkan, jika  $t$ -hitung memiliki nilai yang lebih kecil dari  $t$ -tabel, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi di antara variabel bebas dengan variabel terikat (Ghozali, 2006).