

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono dalam (Laili Hidayati, 2018), mendefinisikan penelitian deskriptif sebagai penelitian yang menggambarkan fenomena, hubungan, menguji hipotesis yang diajukan, membuat prediksi kejadian dan memberikan arti atau makna pada suatu masalah yang diteliti. Penggunaan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono dalam (Laili Hidayati, 2018), mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial, periklanan, dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah replikasi. Dapat diartikan bahwa penelitian yang memiliki sifat pengulangan kembali penelitian yang sudah ada dan mengembangkan dengan variabel yang sama dan dengan objek penelitian dan periode penyelesaian yang berbeda.

Kota Batam dibatasi wilayah Kecamatan Sekupang dan sudah pernah setidaknya satu kali melakukan pembelian pada *marketplace* Shopee.

3.4.2 Sampel

Sampel menurut (Prof.Dr.Suliyanto, S.E., 2018, p. 177) merupakan bagian populasi yang akan diuji karakteristiknya. Peneliti dapat menggunakan sampel yang dikumpulkan dari populasi jika populasi dalam penelitian sangat besar sehingga peneliti tidak dapat menyelidiki semua yang ada dalam populasi karena keterbatasan dana, orang dan waktu.

3.4.2.1 Teknik Penentuan Sampel

Populasi penelitian ini dengan jumlah yang tidak diketahui maka untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow. Hal ini dikarenakan tidak diketahui berapa jumlah populasi masyarakat yang berdomisili di kecamatan Sekupang yang menggunakan aplikasi Shopee. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah dihitung menggunakan rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow digunakan untuk menghitung sampel dalam keadaan populasi tidak diketahui. Perhitungan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p (1-p)}{d}$$

Rumus 3. 1 Lemeshow

Sumber: (Caniago & Rustanto, 2022)

Keterangan:

n = Jumlah sampel.

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{(1,96)^2 0,5(1-0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$

Dari perhitungan data diatas, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 orang responden.

3.4.2.1 Teknik Sampling

Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan *non probability sampling*, yang dapat diartikan sebagai strategi pengambilan sampel yang tidak memberikan kemungkinan atau peluang yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk diambil sebagai sampel (Sugiyono, 2019, p. 128). Adapun jenis yang digunakan dengan *purposive sampling*, yang dapat diartinya sebagai teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019, p. 128).

Dalam penelitian ini, kriteria sampel yang digunakan untuk responden harus:

1. Responden merupakan pengguna aktif Shopee atau yang pernah melakukan pembelian setidaknya satu kali.
2. Responden yang berada di Kota Batam khususnya wilayah kecamatan Sekupang.
3. Usia Responden berusia minimal 17 tahun.

3.5 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data sumber pertama yang langsung memberikan data kepada peneliti (Prof.Dr.Suliyanto, S.E., 2018, p. 156). Data primer didalam penelitian ini adalah data yang didapatkan melalui kuesioner yang diisi oleh sampel melalui *google form*.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung yang sifatnya mendukung keperluan penelitian (Prof.Dr.Suliyanto, S.E., 2018, p. 156). Data sekunder data yang didapatkan dari jurnal, buku dan literatur yang berhubungan dengan penelitian yang telah tersedia sebelumnya untuk melengkapi serta dapat mendukung pada penelitian ini.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik pengambilan data yaitu melalui:

1. Kuesioner, Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang tujuannya untuk menanyakan pertanyaan atau pernyataan responden tentang media sosial, periklanan dan *electronic word of mouth* yang semuanya berdampak pada keputusan pembelian.
2. Studi kepustakaan, Studi kepustakaan merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur yang didapatkan dari jurnal, buku dan yang berhubungan dengan penelitian yang telah tersedia sebelumnya untuk melengkapi serta dapat mendukung pada penelitian ini.
3. Wawancara merupakan proses menanyai responden secara langsung untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian. Tujuan wawancara untuk memperoleh informasi dan menjelaskan suatu hal atau situasi dan kondisi tertentu

Dalam penelitian ini pemberian skor dengan menggunakan skala likert. Skor responden pada skala likert digunakan untuk mengevaluasi tingkat jawaban responden (Indriyani & Suri, 2020). Skala Likert yang ditunjukkan melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Indriyani & Suri, 2020)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independent (X)

Variabel independent menurut Sugiyono (2019:67) disebut juga sebagai variabel bebas dalam bahasa Indonesia. Variabel independent merupakan suatu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel independent dalam penelitian ini yaitu Media Sosial (X1), Periklanan (X2) dan Electronic Word of Mouth (X3).

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen menurut Sugiyono (2019:67) disebut juga sebagai variabel terikat dalam bahasa Indonesia. Variabel dependen merupakan suatu variabel yang dipengaruhi atau yang dihasilkan sebagai akibat dari variabel bebas. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

NO	Variabel	Definisi Variabel	Indikator variabel	Skala ukur
1	Media Sosial (X1)	Media sosial dapat dipahami sebagai platform digital yang memberikan kesempatan kepada semua pengguna untuk berpartisipasi dalam aktivitas sosial seperti berkomunikasi atau berinteraksi untuk memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto atau video. Informasi yang berbeda dalam konten dapat diakses semua pengguna dalam sehari (Umam, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relationship 2. Komunikasi 3. Interaksi Pasca Pembelian 4. Format Informasi 	<i>Likert</i>
2	Periklanan (X2)	Periklanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk memberikan informasi tentang suatu produk, yang dilakukan melalui media iklan, dimana penyebarannya diarahkan kepada masyarakat luas (Alihar, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan (<i>mission</i>) 2. Pesan yang disampaikan 3. Media yang digunakan 	<i>Likert</i>
3	<i>Electronic Word of Mouth</i> (X3)	Fenomena digitalisasi yang terjadi pada kegiatan pemasaran yakni penyampaian informasi mengenai suatu produk kepada konsumen yaitu penyampaian informasi dari mulut ke mulut secara digital yaitu <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) (Kaja et al., 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Intensity</i> 2. <i>Positive Valance</i> 3. <i>Negative Valance</i> 4. <i>Content</i> 	<i>Likert</i>
4	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan putusan pembeli mengenai yang akan dibeli, apakah akan membeli atau tidak, bagaimana melakukan pembayaran. Hasil akhir dari pengambilan keputusan juga dapat berupa suatu tindakan maupun pendapat/opini atas keputusannya. (Selly & Rustam, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya Kebutuhan 2. Mencari informasi 3. Mengevaluasi produk 4. Memutuskan pembelian 5. Feedback 	<i>Likert</i>

Sumber: Data Penelitian (2022)

3.8 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang dibantu dengan program komputer yaitu SPSS versi 25.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan salah satu dari metode analisis, dengan cara data disusun dan dikelompokkan, kemudian dianalisis sehingga diperoleh gambaran tentang masalah yang dihadapi dan untuk menjelaskan hasil perhitungan (Pane et al., 2018).

Teknik analisis deskriptif digunakan dengan tabel frekuensi supaya dapat lebih mudah memahami hasil nilai komponen penelitian dan kemudian mengambil kesimpulan, cara menghitung nilai komponen mengalihkan seluruh frekuensi data dengan nilai bobotnya.

$$RS = \frac{n(M-1)}{M}$$

Rumus 3. 2 Rentang Skala

Sumber: (Pane et al., 2018)

Keterangan:

RS = Rentang Skala

M = Jumlah alternative jawaban per item

n = Jumlah Sampel

Dengan adanya rumus diatas, rentang skala yang akan dihitung oleh penelitian ini yaitu:

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

5

$$RS = \frac{(400)}{5}$$

5

$$RS = 80$$

Tabel 3. 4 Kategori Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kategori
1	100-180	Sangat Tidak Baik/ Rendah
2	181-261	Tidak Baik
3	262-342	Cukup
4	343-423	Baik
5	424-504	Sangat Baik / Tinggi

Sumber: Olah Data Peneliti, 2022

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Uji Validitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk menentukan suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan atau pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ade sitorus, 2020). Dalam penelitian ini dasar pengambilan keputusan uji validitas sebagai berikut:

1. Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung negatif serta r hitung $<$ r tabel maka variabel tersebut tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas Data

Uji reabilitas data dipakai untuk menunjukkan seberapa konsisten sebuah data bila di ukur dua kali atau lebih. Uji ini digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi (Ade sitorus, 2020). Uji ini menggunakan cronbach alpha sebagai acuannya, dimana apabila hasil cronbach alpha $> 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel. Namun jika $< 0,60$ maka instrument tersebut tidak dapat digunakan.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. P-p plot normal dan grafik Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk uji normalitas. Nilai residual tidak dapat dikatakan berdistribusi normal jika titik-titiknya menjauh dari garis normal, namun dapat dikatakan berdistribusi normal jika titik-titiknya berada pada garis diagonal (Dafa & Sari, 2021). Distribusi normalitas memerlukan kondisi sebagai berikut:

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian Multikolinearitas menurut Ghozali dalam (Dafa & Sari, 2021) tujuan uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model

regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Uji ini dilihat pada besaran *Variance Inflation Factor* (VIF), apabila nilai VIF < 10 maka dapat digunakan untuk uji selanjutnya dan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yanglain (Ade sitorus, 2020). Dasar pengambilan keputusannya adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka 0.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4 1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan antara dua variabel independen maupun lebih dengan variabel dependen (Istiqomah et al., 2019). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memperkirakan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan maupun sebaliknya.

Rumus 3. 3 Regresi Linier Berganda

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

Sumber: (Istiqomah et al., 2019)

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

a = Constant

b = Coefficient regresi

x = Variabel Independen

e = Variabel pengganggu

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat dimengerti sebagai ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi (R^2) menggambarkan besaran nilai pengaruh dari variabel independen terhadap dependen. Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Pane et al., 2018). Rumus mencari Koefisien Determinasi secara umum adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Rumus 3. 4 Koefisien Determinasi

Sumber: (Pane et al., 2018)

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien Determinasi

r^2 = Nilai Kuadrat Koefisien korelasi

3.9 Uji Pengaruh

3.9.1 Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Pane et al., 2018).

Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji t sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan t hitung $>$ t tabel , maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai signifikan t hitung $<$ t tabel, maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan atau bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Menurut Sujarweni dalam (Pane et al., 2018). Kriteria pengambilan keputusannya yaitu :

1. Jika F hitung $>$ F tabel, maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai F hitung $<$ F tabel, maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat).

Pengujian Uji F menurut (Sugiyono, 2019) dapat menggunakan rumus signifikan korelasi ganda sebagai berikut:

Rumus 3. 5 Uji F

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-K-1)}$$

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel independen

n = Jumlah anggota sampel