

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian disebut sebagai sesuatu mampu diterapkan selama proses penelitian, maka formulasi permasalahan dan hipotesis yang saya sampaikan bisa terjawab dan diuji secara akurat. Penelitian yang dipakai yaitu penelitian yang bersifat deskriptif analitis melalui pendekatan kuantitatif, yang berarti data akan diolah dan dianalisis agar mendapatkan kesimpulannya. Penelitian deskriptif adalah suatu rencana untuk membentuk gambaran struktur mengenai fakta ilmiah tentang subjek atau objek penelitian. Secara kuantitatif menurut (Sujarweni, 2022):15) ialah penelitian ini mengacu pada jenis penelitian yang mencapai temuan melalui penerapan metode statistik atau teknik kuantifikasi (pengukuran).

Cara ini tidak cuma sekedar sketsa situasi saja, namun menjelaskan hubungan-hubungan, menguji hipotesis, memperoleh prediksi dan memahami masalah yang dapat dipecahkan sebaliknya analisis dibuktikan dengan menguji hipotesis serta melakukan interpretasi yang mendalam mengenai hubungan-hubungannya.

Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini yaitu jenis penelitian survei, dimana penelitian ini menggunakan sampel toko kosmetik yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengukuran data.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi yang menambahkan variabel, indikator, objek, dan alat analisa yang pernah digunakan oleh peneliti sebelumnya.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dikerjakan di lokasi kecamatan Batu Aji Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2 Periode Penelitian

Dalam rangka penelitian ini, peneliti memerlukan waktu sekitar kurang lebih 5 bulan terhitung dimulai September tahun 2023 sampai Januari tahun 2024 atau sampai dengan selesainya pengumpulan skripsi. Lampiran tabel periode penelitian dapat dilihat pada bagian berikut:

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Keterangan	Sep 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024
Pengajuan judul	■				
Studi pustaka		■			
Penataan penelitian					
Pendistribusian kuesioner			■		
Pengumpulan data kuesioner					
Analisis data				■	
Pengumpulan Skripsi					■

Sumber: Peneliti,2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi diantaranya dari objek atau subjek dengan kuantitas dan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti, yang kemudian menjadi dasar untuk merumuskan kesimpulan (Sugiyono, 2022):136). Pada riset ini yang termasuk di dalam populasi ialah semua warga Batam yang berdomisili di Batu Aji dan yang memakai kosmetik Purbasari. Jumlah populasi pengguna kosmetik Purbasari tidak diketahui dengan pasti.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel yaitu elemen dari jumlah dan sifat yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2022):136). Untuk menghitung jumlah sampel dan total populasi yang tidak diketahui secara pasti maka digunakanlah rumus:

$$\boxed{n = \frac{Z^2 - P(1-P)}{D^2}} \quad \text{Rumus 3.1 Lemeshow}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = Nilai tabel normal (95% dari tingkat kepercayaan = 1,96)

P = Maksimal estimasi (50% dari tingkat kepercayaan = 0,5)

D = Alpha (0,01) atau sampling error (10%)

Berdasarkan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan terhadap banyaknya sampel yang akan dipakai pada penelitian ini, sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,01^2}$$
$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang mengaplikasikan rumus Lemeshow di atas, maka diperolehlah sampel yang dipakai pada penelitian ini yaitu 96,04 atau digenapkan jadi 100 sampel.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang dipakai sebagai penelitian ini adalah Purposive Sampling, yang dikatakan dengan teknik purposive sampling ialah sampel bisa dilakukan dengan menentukan sampel yang tepat terhadap pengetahuan

peneliti dalam penelitian (mengikuti topik atau masalah dari penelitian). Sampel yang diambil adalah sampel yang dikategorikan dapat memberikan informasi yang relevan dan berguna bagi penelitian. Ukuran jawaban dari setiap pertanyaan untuk kepentingan penelitian dibuat sampel pada penelitian ini ialah:

1. Responden ialah perempuan di Kota Batam khususnya di Kecamatan Batu Aji yang menggunakan produk Purbasari khususnya kosmetik.
2. Responden telah melangsungkan pembelian ulang kosmetik Purbasari minimal 1 kali.
3. Responden berusia 18 – 50 tahun.

3.5 Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data dibagi menjadi dua diantaranya sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer

Penelitian ini diperoleh dari hasil jawaban kuesioner responden yang dibagikan dan diisi oleh masyarakat umum Kecamatan Batu Aji kota Batam yang masih aktif memakai produk Purbasari.

2. Sumber data sekunder

Penelitian ini diperoleh dari jurnal, buku, literatur yang berkaitan pada penelitian sebelumnya.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dibuat guna memperoleh data yang dibutuhkan peneliti untuk mencapai tujuan penelitian. Cara pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah survey. Dengan kata lain, peneliti menyebarkan kuesioner

yang telah dibuat pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden dalam bentuk link dan membagikannya memakai Whatsapp, Gmail ataupun Instagram dan berbagai sosial media lainnya. Cara pengumpulan data kuesioner yang dipakai selama penelitian ialah Skala Likert. Cara tersebut memastikan responden untuk memilih item pada skala satu hingga lima poin menurut tingkat sangat setuju sampai sangat tidak setuju mereka pada item pertanyaan tersebut. Berikut adalah lampiran kategori Skala Likert (Sugiyono, 2022):159) adalah:

Tabel 3. 2 Kategori Skala Likert

No	Skala Likert	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: (Sugiyono, 2022):159)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel ialah mendefinisikan variabel secara operasional dan berdasarkan sifat yang diamati karena memudahkan peneliti untuk mengerjakan observasi dan pengukuran secara tepat pada suatu objek penelitian (Sujarweni, 2022):184). Pada penelitian ini terbagi menjadi dua variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

3.7.1 Variabel Independen

Menurut (Sujarweni, 2022):95), variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Elemen-elemen yang dinilai, dicari tau atau ditentukan melalui peneliti

agar menciptakan dan menghasilkan keterkaitan antara kejadian yang dikerjakan ialah variabel bebas. Variabel-variabel itu yang mempengaruhi penelitian. Variabel bebas pada penelitian ini ialah *electronic word of mouth* (X1), *brand image* (X2), *digital marketing* (X3) dan variabel terikat keputusan pembelian (Y).

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen berdasarkan (Sujarweni, 2022):96), variabel yang dicampuri atau hasil, karena terdapatnya variabel bebas. Ukuran variabel bebas menetapkan sebanyak apa perubahan variabel ini. Variabel independen, apa koefisien, apa jumlah perubahan variabel independen, memperoleh sesuatu untuk perubahan variabel terkait atau dependen. Artinya, variabel dependen juga diharapkan berubah saat jumlah unit variabel bebas berubah.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	<i>Electronic Word of mouth</i> (X1)	Menurut (Prayoga dan Mulyadi, 2020) Electronic word of mouth ialah setiap informasi difokuskan bagi konsumen menggunakan teknologi internet yang berkaitan pada penggunaan karakteristik barang.	1. Intensity 2. Valence of opinion 3. Content	Likert
2	<i>Brand Image</i> (X2)	Menurut (Asfarotus dan Renny, 2020) Brand Image ialah hasil keseluruhan persepsi berkaitan dengan merek melalui informasi dan pengalaman terhadap merek tersebut.	1. Kekuatan asosiasi merek 2. Keunggulan asosiasi merek 3. Keunikan asosiasi merek	Likert
3	<i>Digital Marketing</i> (X3)	Menurut (Wiranata et al., 2021). Digital marketing merupakan suatu kegiatan untuk membuat pemasaran sebuah brand atau produk	1. Promosi 2. SEO (Search Engine Optimization)	Likert

		melalui dunia digital atau internet.	3. Sosial media 4. Public relation	
4	Keputusan pembelian (Y)	Menurut (Ristanti, Iriani,2020) Keputusan pembelian ialah proses yang harus dilewati konsumen mulai dari menetapkan tujuan pembelian, mencari pilihan lain, hingga sampai melakukan pembelian	1. Pilihan penyalur 2. Pilihan produk 3. Waktu pembelian	Likert

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2022):232) statistik deskriptif ialah statistik yang dipakai untuk menganalisa data menggunakan cara deskripsi atau menyajikan data yang dikumpulkan sebagaimana mestinya tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang umum atau dapat digeneralisasikan. Saat ini langkah dikumpulkannya data pada penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner, dan selanjutnya data yang didapat diolah menggunakan SPSS, kemudian mendapatkan hasil jawaban responden dilakukan pencarian rentang skala dengan menggunakan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3. 2 Rentang Skala}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban setiap item

Untuk menemukan rentang skala menggunakan jumlah sampel 100 responden serta bermacam pilihan jawaban berjumlah 5. Berikut rumus rentang skala:

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

$$R_s = \frac{100 (4)}{5}$$

$$R_s = \frac{400}{5}$$

$$R_s = 80$$

Hasil perhitungan rentang skala ialah berjumlah 80. Dengan demikian skala penelitian tiap kriteria dijelaskan pada tabel 3.4 rentang skala.

Tabel 3. 4 Rentang Skala

Rentang Skala	Keterangan
100-180	Sangat Tidak Setuju
181-260	Tidak Setuju
261-340	Netral
341-420	Setuju
421-500	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti,2023

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat pengumpulan agar terjaminnya data yang diperoleh tepat dan konsisten, dan juga alat penelitian yang dipakai harus valid dan reliabel (Sanusi, 2014):76). Menurut (Sujarweni, 2022):178) uji validitas dipakai untuk menimbang sah atau valid tidaknya suatu kusioner. Uji signifikansi dijalankan menggunakan perbandingan nilai r hitung terhadap nilai r tabel. Agar mendapatkan apakah suatu item layak atau tidak, lazimnya dipakai uji signifikansi

koefisien korelasi terhadap taraf signifikansi 0,05 yang bermaksud suatu item disimpulkan valid apabila mempunyai korelasi yang signifikan terhadap total skor.

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.8.2.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini memakai cronbach's alpha sebagai acuan, apabila hasil cronbach's alpha $> 0,60$, dapat dinyatakan reliabel. Namun jika $< 0,60$ maka instrumen tidak boleh dipakai (Sujarweni, 2022):178).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bermaksud untuk memeriksa apakah pada model regresi, variabel pengganggu atau variabel residual distribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas ini terdapat dua cara untuk menemukan apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji statistik kolmogorov (Sujarweni, 2022):179).

Distribusi normalitas menggunakan syarat-syarat sebagai berikut:

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

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk menemukan apakah variabel independen yang memiliki keserupaan antar variabel independen pada suatu model. Kesamaan antar variabel independen menyebabkan hubungan yang sangat kuat. Selain itu, untuk meninggalkan kebiasaan pada proses pengambilan keputusan terkait

pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinearitas (Sujarweni, 2022):179).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian perbedaan variance residual suatu periode pemeriksaan dengan periode pemeriksaan lainnya. Cara untuk memperkirakan apakah suatu sampel mengalami heteroskedastisitas dalam suatu model dapat diperhatikan menggunakan pola gambar scatterplot, regresi yang tidak ada heteroskedastisitas apabila titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitaran angka 0, titik-titik data tidak berkumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak diperbolehkan membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola (Sujarweni, 2022):180).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda yaitu sistem pengujian dimana jumlah variabel bebas ditambahkan menjadi dua atau lebih untuk diteliti, pada umumnya hanyalah regresi linier sederhana yang dipakai untuk memperkirakan atau mencari nilai atau hasil pada variabel terikat (Sanusi, 2014):135). Tujuan dari analisa ini untuk mendapatkan arah ikatan antara variabel independen dan dependen, apakah diantara variabel independen berkorelasi positif atau negatif, dan mengetahui nilai variabel dependen saat nilai variabel independen naik atau turun. Sebagaimana untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth, brand image dan digital marketing*

pada keputusan pembelian dilakukan uji regresi linier berganda dengan memakai rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda

Sumber: (Sanusi, 2014):135)

Keterangan:

Y = Variabel dependen keputusan pembelian

α = Nilai konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

x_1 = *Brand Image*

x_2 = *Electronic Word Of Mouth*

x_3 = *Digital Marketing*

e = Error

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Menurut (Sujarweni, 2022):190) koefisien determinasi (R^2) dipakai dalam hal menimbang sejauh mana kemampuan variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) mempunyai nilai berkisar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti variabel independen mempunyai kemampuan yang sangat terbatas dalam mengartikan variabel dependen. Apabila koefisien determinasinya nol, maka variabel independen tidak berdampak pada variabel dependen. Jika besarnya koefisien determinasi menghampiri angka satu, maka variabel independen mempunyai pengaruh penuh pada variabel dependen. Dengan memakai model ini, maka

kesalahan pengganggu diupayakan minimum sehingga (R^2) mendekati satu, sehingga perkiraan regresi akan lebih mendekati keadaan yang sebenarnya.

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

Rumus 3. 4 Koefisien Determinan

Keterangan :

KD = Nilai Koefisien Determinan

r^2 = Nilai Kuadrat Koefisien Determinan

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T

Menurut (Sujarweni, 2022):190) uji t ialah pengujian yang dipakai agar mendapatkan hubungan variabel bebas pada variabel terkait secara parsial.

1. Jika nilai signifikan thitung $>$ ttabel, maka variabel bebas berpengaruh signifikan terikat.
2. Jika nilai signifikan thitung $<$ ttabel, maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variable terikat.

3.9.2 Uji F

Menurut (Sujarweni, 2022):189) uji f dipakai agar kelayakan data diketahui.

Kriteria keputusannya ialah:

1. Jika Fhitung $>$ Ftabel, maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai Fhitung $<$ Ftabel, maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.