

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan teknik penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019) penelitian deskriptif kuantitatif yaitu teknik penelitian yang dipakai guna menganalisis suatu data yang nantinya dilakukaj dengan cara mendeskripsikan atau dijelaskan secara rinci tanpa memiliki adanya tujuan untuk membuat suatu kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi. untuk melakukan penelitian ini ada tahap awal yang akan dilaksanakan yaitu mencari tahu bagaimana hubungan antar indikator terhadap aspek lainnya. Sehingga nantinya penyebab sebuah kemungkinan ddapat diidentifikasi.

3.2. Sifat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan sifat penelitian replikasi yaitu penelitian ini dilakukakn yang dilakukan dengan cara melanjutkan penelitian sebelumnya atau terdahulu dengan penggunaan referensi-referensi penelitian sebelumnya tapi dengan objek serta subjek yang tidak sama. Penelitian ini dilaksanakan guna mencari tahu seberapa jauh pengaruh antara *electronic word of mouth* dan promosi yaitu sebagai variabel independen terhadap kinerja keputusan pembelian sebagai varibel dependen.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada konsumen yang melakukan pembelian online shop melalui marketplace shopee di kawasan Kecamatan Lubuk baja Kota Batam yang mana jumlah penduduk di Kecamatan Lubuk Baja berjumlah 90.560 jiwa (BPS, 2021).

3.3.2. Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan september 2023 sampai dengan akhir bulan januari 2024 dengan jangka waktu 6 bulan. Berikut jadwal penelitiannya:

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Aktivitas	Waktu Penelitian 2023					
		Agus 2023	Sep 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024
1	Penyusunan Proposal						
2	Seminar Proposal						
3	Perbaikan Proposal						
4	Pengumpulan Data						
5	Pengolahan dan Analisis Data						
6	Penulisan Skripsi						

Sumber: Peneliti (2023)

3.4. Populasi dan Sample

3.4.1. Populasi

Menurut (Sudirjo et al., 2023) Populasi yaitu merupakan jumlah secara menyeluruh orang ataupun objek yang nantinya akan dijadikan sebagai data penelitian. Adapun Responden dalam penelitian ini adalah responden yang berusia

dengan rentang 18-30 tahun dan bertempat tinggal di kawasan Kecamatan Lubuk baja Kota Batam yang mana jumlah penduduk di Kecamatan Lubuk Baja berjumlah 90.560 jiwa (BPS, 2021).

3.4.2. Teknik penentuan Besar Sampel

Penelitian Sampel merupakan bagian dari populasi yang mana nantinya akan mewakili seluruh populasi yang nantinya akan digunakan dalam penelitian ini. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan peneliti akan menggunakan teknik metode *sampling purposive* yang salah satu metode penarikan yaitu *non probability sampling*. Dipenelitian ini penulis akan menganalisis konsumen yang pernah membeli suatu barang atau produk tertentu melalui *online shop marketplace* shopee di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan penulis melakukan perhitungan menggunakan rumus slovin. Berikut perhitungannya :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Rumus 3. 1 Rumus Slovin

Sumber:(Sudirjo et al., 2023)

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Jumlah populasi

E : Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel dengan nilai eror sebesar 5% (0,05).

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

$$n = \frac{90.560}{1 + (90.560 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{90.560}{1 + 226,4}$$

$$n = 398,42$$

Dari perhitungan yang dilakukan mendapat besarnya sampel yaitu sebesar 398,24 sehingga agar penelitian ini lebih sempurna penulis membulatkan sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini sebesar 400 responden.

3.4.3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan yaitu salah satu teknik penarikan sampel Non-probability sampling, yaitu sampling purposive yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak untuk dijadikan sampel (Nikolaus, 2019). Kriteria yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang memiliki umur berada di rentang 18-30 tahun.
2. Responden yang digunakan merupakan yang pernah melakukan belanja online pada marketplace shopee di Batam.

3.5. Sumber Data

1. Data primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang bersumber dari pembagian kuesioner yang nantinya akan dibagikan kepada seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian online shop melalui marketplace shopee di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam.

2. Data Sekunder

Selanjutnya penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang mana data ini merupakan data yang didapatkan melalui penelitian-penelitian terdahulu, buku-buku, artikel serta berbagai publikasi dari instansi yang sesuai dengan masalah yang akan diteliti (F. A. P. Putri & Patrikha, 2021).

3.6. Metode Pengumpulan Data

Dipenelitian ini untuk mengumpulkan data menggunakan metode survei melalui pemberian kuesioner, menurut (Sugiyono, 2019) metode kuesioner merupakan metode yang digunakan dalam pengumpulan data melalui adanya penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden, kemudian data yang telah diperoleh akan dianalisis melalui software SPSS versi 25 dengan cara mengkonversikan skala switch ke skala likert. Dibawah ini merupakan referensi skala likert yang dijadikan acuan dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 3. 2 *Skala Likert*

Jawaban Pertanyaan	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2019)

3.7. Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2019), Variabel penelitian merupakan berbagai macam hal dalam bentuk bagaimanapun yang nantinya akan diidentifikasi untuk dianalisa dan nantinya akan dibuat sebuah kesimpulan. Berikut variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. *Electronic word of mouth (E-Wom)* (X1), yaitu penilaian atau pandangan seseorang yang diberikan kepada suatu produk atau jasa yang telah mereka beli atau dikonsumsi melalui media sosial sehingga nantinya tanggapan ini akan dibaca serta menjadi bahan pertimbangan oleh konsumen lainnya.
2. Promosi (X2), merupakan salah satu tindakan dalam pemasaran yang mana memiliki tujuan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas dengan menawarkan berbagai keuntungan ataupun keunggulan dari produk tersebut.
3. Keputusan pembelian (Y), yaitu suatu tindakan yang memerlukan banyak pertimbangan dari beberapa faktor seperti mengenal akan kebutuhannya, informasi akan produk, serta mengavaluasi produk untuk mengetahui seberapa baik produk dapat memecahkan masalah yang mana dari pertimbangan tersebut nantinya akan ada proses akhir yaitu adanya keputusan pembelian.

3.7.1. Variabel Bebas (Independen Variabel)

Menurut (Sugiyono, 2019), Variabel bebas adalah variabel yang apabila dalam keadaan tertentu berdampingan dengan variabel lain, Diduga akan terjadi perubahan keberagaman. Variabel bebas sering disebut juga dengan variabel yang mempengaruhi atau mengatasi variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu *Electronic*

word of mouth (E-Wom) sebagai variabel bebas pertama (X1), dan promosi sebagai variabel bebas kedua (X2).

3.7.2. Variabel Terikat (Dependen Variabel)

Variabel terikat merupakan variabel yang bisa berubah karena dipengaruhi oleh variabel dependen (Sugiyono, 2019). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keputusan pembelian (Y).

Tabel 3. 3 Definisi variabel operasional penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
<i>Electronic word of mouth (E-Wom)</i> (X1)	E-wom merupakan tanggapan yang diberikan konsumen untuk suatu produk baik itu tanggapan secara positif maupun negatif yang dapat dilihat dalam media sosial yang nantinya dapat dilihat seluruh konsumen yang nantinya akan menggunakan produk tersebut.	1. Kredibilitas 2. Kualitas 3. Kuantitas	<i>Likert</i>
Promosi (X2)	Promosi ialah salah satu tindakan dalam pemasaran untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas seperti melalui periklanan dan mengadakan banyak promo ataupun diskon yang nantinya dapat menarik perhatian konsumen untuk menggunakan produk tersebut.	1. Pesan Promosi 2. Media promosi 3. Waktu promosi	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian(Y)	Keputusan pembelian adalah suatu proses yang dilakukan oleh konsumen dengan berbagai pertimbangan yang nantinya dari proses tersebut akan ada	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain	<i>Likert</i>

	keputusan akhir yaitu melakukan adanya pembelian produk.	4. Melakukan pembelian ulang	
--	--	------------------------------	--

Sumber: Peneliti,2023

3.8. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan suatu tahapan yang ada pada proses penelitian yang mana pelaksanaannya dimulai dari pengumpulan data dan akan dianalisa yang nantinya akan dapat memecahkan suatu permasalahan yang ada. metode yang akan digunakan nantinya akan ada hasil akhir yang akan kita tarik kesimpulannya (Sudirjo et al., 2023). Berikut ini adalah prosedur evaluasi informasi yang diterapkan dalam investigasi.

3.8.1. Analisis Deskriptif

Untuk mengetahui gambaran atau deskripsi mengenai *electronic word of mouth (e-wom)* dan promosi terhadap keputusan pembelian, hasil jawaban dari responden akan dianalisis secara deskriptif yaitu total dari skor jawaban setelah masing-masing frekuensi jawaban selanjutnya akan dibagi dengan pertanyaan yang ada sehingga data yang digunakan dapat memenuhi karakteristik dari penelitian. Kriteria penilaian didasarkan pada rata-rata nilai tabel dibawah ini:

Tabel 3. 4 Kriteria Analisis Deskriptif

Nilai Rata-Rata	Kriteria
1.00-1.79	Sangat Tidak Setuju
1.80-2.59	Tidak Setuju
2.60-3.39	Netral
3.40-4.19	Setuju
4.20-5.00	Sangat Setuju

Sumber : (Nikolaus, 2019)

3.8.2. Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas Data

Menurut (Sugiyono, 2019) uji validitas adalah uji yang dilakukan guna memahami apakah data yang digunakan dapat dipastikan tepat atau benar. Untuk mengetahui data yang digunakan valid apabila nilai dari r hitung lebih besar dari r tabel dengan sign 0,05 dan apabila r hitung lebih kecil dari r tabel dengan sign 0,05 maka dapat dipastikan bahwa data yang digunakan tidak valid. Uji validitas akan semakin baik untuk diteliti apabila nilai yang diperoleh nilai yang besar. Berikut dibawah merupakan rumus uji validitas:

$$r_n = \frac{n \sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3. 2 Pearson Product Moment

Sumber: (Nikolaus, 2019)

Berikut penjelasannya :

R = Nilai koeficient

N = Banyaknya aitem

X = Total scor

Y = Tota score respondent.

3.8.2.2.Uji Realibilitas

Menurut (Sugiyono, 2019) uji realibilitas adalah uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang akan diuji merupakan data yang memiliki gejala yang sama serta hasil pengukuran yang nantinya didapatkan relatif konsisten. Data dapat dikatakan reliabel apabila setiap variabel memiliki adanya nilai Cronbach's alpha $>0,60$. Berikut dibawah ini merupakan rumus untuk menentukan apakah suatu data reliabel:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Rumus 3. 3 Cronbach Alpha

Sumber: (Umar,2019)

Keterangan:

- R : Reliabilitas instrumen
n : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma^2$: Jumlah butir pertanyaan
 σ^2_1 : Total Varian

3.8.1.1. Uji Asumsi Klasik

Menurut (Ghozali, 2018) uji asumsi klasik adalah uji untuk mengetahui apakah data yang akan diteliti bisa memenuhi persyaratan statistik. Untuk mengetahui uji ini maka akan diselesaikan menggunakan software SPSS versi 25. Berikut jenis-jenis uji asumsi klasik:

3.8.1.2. Uji Normalitas

Sehubungan dengan itu (Ghozali, 2018) uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini akan diuji dengan menggunakan versi SPSS 25. Dalam pengujian normalitas, penelitian akan menguji menggunakan uji kolomgrov-Sminrov (K-S) dan (P-P) plot. Suatu data dapat dikatakan berdistribusi normal jika.

1. Hasil pengujian chart menunjukkan bert chart yang berada ditengah-tengah berchart yang berada di dalam 2 garis.

2. Grafik P-plot, apabila sebaran titik-titik sepanjang diagonal dalam arah yang sama maka dapat dikatakan normal namun apabila sebaran titik-titik menyimpang atau jauh dari garis diagonal maka dapat dikatakan data tidak normal.
3. Grafik histogram atau grafik lonceng, apabila grafik berbentuk lonceng berada ditengah grafik batang maka dapat dikatakan data yang digunakan normal. Namun jika grafik tidak berbentuk lonceng maka dapat dikatakan data yang digunakan berdistribusi tidak normal.
4. Apabila hasil uji kolomgrov-sminrov (K-S) signifikan $>0,05$ maka data dianggap berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai signifikan $<0,05$ berarti data tidak berdistribusi normal.

3.8.2.5. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018), uji Multikolinearitas yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar kolerasi antara Variabel Indenden suatu data. Untuk mengetahui apa yang terjadi multikolinaeritas, jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,1 maka menunjukkan tidak terjadi fenomena multikolinearitas, dan jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1 maka menunjukkan tidak terjadi fenomena multikolinearitas, nilai toleransi nya kurang dari 0,1. Dapat dikatakan bahwa hal tersebut merupakan fenomena multikolinearitas.

3.8.2.6. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018), uji Heteroskedastisitas, yaitu uji untuk melihat ada tidaknya ketimpangan varians residu dari suatu pengamatan ke pengamatannya lainnya. Jika hasilnya menunjukkan titik-titik pada gambar scatterplot terbesar, hal ini menjelaskan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu uji heteroskedastisitas juga dapat dilihat dari uji prak glejser yang mana apabila data memiliki t hitung lebih kecil t tabel dan nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 maka hal ini terdeteksi tidak terjadi heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai alpha 0,05 maka dapat dipastikan data terjadinya heteroskedastisitas.

3.9. Uji Pengaruh

3.9.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Ghozali, 2018) yang dilakukan untuk mengetahui apakah suatu variabel Independen mempengaruhi variabel dependen atau tidak. Untuk mengevaluasi regresi linear berganda, jika nilai angka t lebih besar dari nilai t tabel maka dapat dikatakan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dan apabila terdapat nilai negatif terhadap variabel terikatnya, sedangkan nilai beta bernilai positif maka nilai variabel tersebut akan mempengaruhi positif. Di bawah ini adalah rumus untuk menguji regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_nX_n + e \quad \text{Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda}$$

Keterangan:

e : error

- β_{123} : nilai koefisien variable independen
 A : konstanta
 Y : Variabel dependen (Keputusan Pembelian)
 X1 : *Electronic word of mouth (E-Wom)*
 X2 : Promosi

3.9.3. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (Nikolaus, 2019) Analisis Koefisien Determinasi (R²) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui berapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien ada 2 peluang antara 0 dan 1. Jika koefisien 0 maka X tidak berpengaruh terhadap Y namun apabila nilai koefisien memiliki nilai dari 1 maka dapat dikatakan X memiliki adanya pengaruh terhadap variabel Y.

3.10. Uji Hipotesis

3.10.1. Uji T

Menurut (Ghozali, 2018) uji T merupakan uji dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang nantinya menjelaskan apakah tiap-tiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Variabel dapat dikatakan memberikan pengaruh secara parsial apabila memiliki nilai T hitung > T tabel serta nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05. Adapun rumus untuk menghitung uji T yaitu:

Dibawah ini merupakan rumus dari uji T yaitu sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3. 5 Uji T

Sumber: (Nikolaus, 2019)

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

t = Koefisien signifikan (thitung)

n = Jumlah sampel

r^2 = Koefisien determinasi

3.10.2. Uji F

Menurut (Ghozali, 2018) uji F yaitu uji ini untuk menemukan apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan memberikan dampak pada variabel dependen. Adapun untuk melihat hasil ini dengan cara apabila adanya hasil F hitung > F tabel dan nilai signifikan < 0,05. Dibawah ini adalah rumus untuk menghitung uji F :

$$f_{\text{hitung}} = \frac{R^2 / (n - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Rumus 3. 6 Uji F

Sumber: Ghozali, (2018: 110)

Keterangan:

R^2 = koefisien regresi parsial (variabel independen)

n = total responden

K = jumlah dari (variabel *independent*)