

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Untuk melakukan penelitian pastinya membutuhkan data-data yang akan diolah untuk mendapatkan hasil dan informasi dari tujuan penelitian yang akan dilakukan, sehingga pada penelitian ini jenis penelitian yang dilakukan ialah penelitian deskriptif yang dirancang untuk mengumpulkan data yang mendeskripsikan karakteristik objek tersebut, penelitian deskriptif ini bersifat kualitatif dan kuantitatif. (Sekaran & Bougie, 2016, p. 43).

Pada penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif yang teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dan prosedur analisis data yang digunakan ialah grafik atau statistik yang menggunakan dan menghasilkan data-data numerik. (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019, p. 175)

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan bersifat replikasi untuk menilai perbedaan yang dihasilkan pada penelitian terbaru yang akan dilakukan, penggunaan variabel penelitian yang digunakan sama dengan peneliti sebelumnya namun waktu pelaksanaan penelitian, lokasi dan objek yang diteliti berbeda.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Pelaksanaan Penelitian akan dilakukan di Kota Batam, Kepulauan Riau khususnya ditoko Karimun Secret yaitu perumahan permata baloi blok H3 no 1.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode pelaksanaan penelitian akan dilakukan pada rentang waktu bulan maret hingga Juli 2024.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

No	Kegiatan	2024				
		Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Identifikasi Masalah					
2	Tinjauan Pustaka					
3	Metodelogi Penelitian					
4	Penyebaran Kuesioner					
5	Pengumpulan Data					
6	Pengolahan Data					
7	Penyusunan Laporan					
8	Kesimpulan dan Saran					

Sumber: Peneliti (2024)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal menarik lainnya yang akan diselidiki oleh peneliti. (Sekaran & Bougie, 2016, p. 298). Pada penelitian yang akan dilakukan populasi yang diambil ialah konsumen dari Karimun Secret yang ada di Kota Batam yang pernah membeli produk Karimun Secret secara online maupun langsung ke toko. Karimun Secret memiliki 2704 konsumen pada bulan April 2023 hingga Mei 2024.

3.4.2 Sampel

Sampel bagian dari populasi, dengan kata lain sampel merupakan sebagian dari total populasi yang di ambil untuk di teliti. (Sekaran & Bougie, 2016, p. 298)

Dalam proses pengujian akan dilakukan penelitian dengan

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

Rumus 3.1 Rumus *Slovin*

Sumber: (Israel, 1992)

Keterangan:

n = Sample Minimum

N = Sample Populasi

e = Tingkat Kesalahan (*Margin of error*) 5% = 0,05

Berdasarkan hasil penentuan dengan rumus slovin ialah 2704 populasi dan penentuan *Margin of error* sebesar 5% (0,05)

$$n = \frac{2704}{1 + 2704(0,05)^2} = \frac{2704}{1 + 6,74} = \frac{2704}{7,74} = 349 \text{ Sampel}$$

3.5 Sumber Data

Sumber data adalah data yang digunakan untuk mendukung penyelesaian penelitian yang akan dilakukan, data terdiri dari dua yaitu primer dan sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan oleh peneliti ketika melakukan penyebaran kuesioner dan jawaban responden merupakan data primer yang akan digunakan peneliti untuk melakukan penelitian.

Data sekunder adalah data yang terdiri dari data internal dan eksternal perusahaan atau objek yang akan diteliti, data internal adalah data yang didapatkan

dari perusahaan objek yang diteliti berupa data penjualan, pendapatan, dan informasi yang dimiliki perusahaan yang tidak diketahui oleh pihak luar dan tidak bisa diakses oleh siapapun, data eksternal adalah sumber data diperoleh dari pihak luar dan dapat diakses secara umum seperti jurnal, buku, dan informasi dari pihak lain seperti penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. (Saunders et al., 2019, p. 38)

3.6 Metode Pengumpulan Data

Skala pengukuran adalah alat atau mekanisme di mana individu dibedakan tentang bagaimana mereka berbeda satu sama lain pada variabel yang menarik untuk penelitian.

Jenis skala yang umumnya digunakan untuk penelitian fenomena sosial ialah melalui respon seseorang atau sekelompok orang yaitu skala *likert* yang merupakan skala yang dirancang untuk menguji seberapa kuat responden menyetujui suatu pernyataan, sehingga sangat memungkinkan untuk membedakan konsumen pada perbedaan sikap terhadap sebuah pernyataan. Responden akan diberikan lima poin sebagai berikut (Sekaran & Bougie, 2016, p. 207).

Tabel 3.2 Skala *Likert*

No	Keterangan	Nilai
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: (Sekaran & Bougie, 2016, p. 212)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ialah segala sesuatu yang memiliki nilai yang bervariasi. Nilai tersebut bisa berbeda di waktu, benda atau orang. (Sekaran & Bougie, 2016, p. 72)

3.7.1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat baik dalam negatif atau positif (Sekaran & Bougie, 2016, p. 74). Penelitian ini menggunakan variabel terikat E-WOM, Iklan Media Sosial dan Persepsi Kualitas.

3.7.2 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat menjadi pusat perhatian penelitian yaitu menemukan variabel apa yang mempengaruhinya dan bisa menemukan solusi dari permasalahan dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2016, p. 73) Dalam penelitian, Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat. Berikut pengertian dari operasional variabel dan indikator variabel yang dilakukan pada penelitian ini

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
E-WOM (X ₁)	E-WOM adalah seluruh ulasan positif dan negative yang dibuat oleh konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian pada produk tersebut	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Intensity</i> 2. <i>Valance of Opinion</i> 3. <i>Content</i> (Goyette, Ricard, Bergeron, & Marticotte, 2010, p. 11)	Interval
Iklan Media Sosial (X ₂)	Iklan media sosial adalah pemasaran iklan berbayar yang menargetkan audiens dengan menggunakan jaringan sosial media	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reinformative</i> 2. <i>Persuasive</i> 3. <i>Remainder</i> 4. <i>Reinforcement</i> (Kotler & Keller, 2016, p. 609)	Interval

Persepsi Kualitas (X3)	Persepsi kualitas adalah suatu persepsi terhadap seluruh kualitas yang diharapkan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berkualitas Tinggi 2. Produk Unggulan 3. Berkualitas Sangat Baik (Konuk, 2018) 	Interval
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan pengevaluasian suatu produk sebelum melakukan pembelian sebenarnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan produk 2. Pilihan Merek 3. Waktu Pembelian 4. Jumlah Pembelian 5. Metode Pembayaran (Kotler, Philip; Armstrong, 2016) 	Interval

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan sebuah rancangan penelitian yang datanya diperoleh dalam bentuk gambaran terstruktur yang fakta ilmiahnya didapatkan dari subjek maupun objek penelitian yang akan dilakukan. (Rambe & Rustam, 2024, p. 7)

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

Rumus 3.2 Rentang Skala

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas adalah uji yang menilai bagaimana suatu instrumen yang dikembangkan mengukur suatu konsep yang ingin diukur. Pada variabel penelitian harus bisa menunjukkan dan bisa jadi perwakilan dalam melaksanakan penelitian terhadap permasalahan yang ada. uji validitas data dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total. Dan pada pengujian signifikansi dengan kriteria r tabel pada tingkat sig 0,05 dengan uji 2 sisi. apabila nilai positif dan r hitung lebih besar dari r tabel maka data dinyatakan valid, jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka data dinyatakan tidak valid. (Sekaran & Bougie, 2016)

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3.3 Koefisien Korelasi

Keterangan:

r_{xy}	korelasi x dan y
n	jumlah subjek
$\sum xy$	jumlah perkalian dari kedua variabel
$\sum x$	jumlah skor variabel pertama
$\sum y$	jumlah skor variabel kedua

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah melakukan uji validitas, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui pengukuran terhadap konsistensi instrumen yang digunakan pada kuesioner jika penelitian dilakukan Kembali dimasa depan. Dalam

penelitian uji reliabilitas, uji statistik *Cronbach Alpha* digunakan untuk menentukan reliabilitas data apabila nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan diatas 0,6 maka data dinyatakan reliabel.(Sekaran & Bougie, 2016, p. 289)

$$r_{11} = \frac{k}{k - 1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Rumus 3.4 *Cronbach's Alpha*

Keterangan:

r_{11} = nilai reliabilitas

k = jumlah item

$\sum S_i$ = jumlah varian skor tiap-tiap item

S_t = varian total

3.9. Uji Asumsi Klasik

3.9.1. Uji Normalitas

Pada uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat terdistribusi normal atau tidak dilihat dari hasil grafik histogram dan P-P Plot yang mengikuti pola dan juga Uji ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov test dengan kriteria nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka data tidak berdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal. (Saunders et al., 2019, p. 603)

3.9.2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini akan dilakukan untuk membuktikan hubungan linear pada variabel bebas dan variabel terikat. Model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Cara untuk

mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. (Sekaran & Bougie, 2016, p. 316)

3.9.3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berasal dari Bahasa Yunani *Heteroskedasmos* yaitu hetero yang artinya “berbeda atau tidak setara” dan skedasmos yang artinya “menyebar” sehingga heteroskedastisitas memiliki arti sebaran yang tidak sama. Regresi yang dinilai baik sebaiknya tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi jika nilai signifikan < 0.05 dan sebaliknya jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak mengalami heteroskedastisitas. (Asteriou & Hall, 2021, p. 120)

3.10. Uji Pengaruh

3.10.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Penggunaan lebih dari satu variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen merupakan analisis regresi linier berganda, uji ini sering dipakai dalam meriset bisnis untuk memastikan pengaruh secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini memakai tiga variabel terikat dan satu variabel bebas (Sekaran & Bougie, 2016, p. 314)

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda

Keterangan:

y = Keputusan Pembelian

b = Koefisien Regresi

a = Konstanta

X1 = E-WOM

X2 = Iklan Media Sosial

X3 = Persepsi Kualitas

3.10.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji *R Square* dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar variabel independent bisa mempengaruhi variabel dependen. Koefisien korelasi determinasi adalah nol dan satu. Jika nilai mencapai 0 maka variabel independent terhadap variabel dependen memiliki pengaruh yang semakin sedikit, sebaliknya jika nilai mendekati satu maka variabel independent terhadap variabel dependen akan semakin terbukti memiliki pengaruh. (Saunders et al., 2019, p. 186)

3.11. Uji Hipotesis

3.11.1. Uji t

Uji t merupakan pengujian secara parsial mengenai variabel bebas dan variabel terikat yang diteliti, dengan menggunakan tingkat koefisien sebesar 0.05. Dalam menyajikan perbandingan antara nilai t hitung dan t tabel, dan kriteria pengujian yaitu, nilai signifikansi dibawah 0,05 dan t hitung lebih besar dari t tabel maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dan pada nilai signifikansi diatas 0,05 dan t hitung lebih kecil dari t tabel maka pada variabel independen tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. (Saunders et al., 2019, p. 154)

3.11.2. Uji F

Uji f merupakan pengujian yang dilakukan bersamaan terhadap variabel bebas yang diteliti memiliki pengaruh terhadap variabel terikat pada pengujian. Pada pengujian uji f, dengan tingkat koefisien 5% akan menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial oleh seluruh variabel independent terhadap variabel dependen. (Sekaran & Bougie, 2016, p. 322).

Pengujian Uji F dilakukan dengan kriteria nilai signifikansi dibawah 0.05 dan F hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Dan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan F hitung lebih kecil daripada t tabel maka H_a ditolak dan H_0 diterima, sehingga variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. (Saunders et al., 2019, p. 188)