

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang menurut Sugiyono dalam (Amruddin *et al.*, 2022) dikenal sebagai metode tradisional karena telah lama digunakan dalam dunia penelitian. Berlandaskan pada filsafat positivisme, metode ini menerapkan pendekatan ilmiah yang ketat, mengutamakan bukti empiris, dan mengedepankan prinsip-prinsip metodologis yang akurat dan komprehensif. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk memahami hubungan antar variabel dalam suatu populasi melalui pengukuran dan analisis data hasil pengamatan empiris. Dengan berfokus pada permasalahan yang nyata dan terukur, pendekatan ini memungkinkan peneliti menjawab pertanyaan penelitian secara sistematis.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat replikasi yang dilakukan untuk menguji validitas temuan penelitian sebelumnya. Melalui pendekatan yang berbeda, penelitian ini bertujuan untuk memverifikasi hasil kajian akademik dengan menggunakan periode, kombinasi variabel, dan objek penelitian yang tidak sama, guna menghasilkan perspektif baru dalam konteks penelitian yang serupa.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Berlokasi di wilayah Kecamatan Batam Kota, Kota Batam dengan menggunakan penyebaran kuesioner kepada pengguna Tokopedia yang pernah melakukan pembelian *skincare* Emina.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode persiapan penelitian dimulai pada bulan September 2024 hingga Januari 2025, dengan rincian jadwal sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Kegiatan	Waktu Pengerjaan																			
	2024																2025			
	September				Oktober				November				Desember				Januari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■																		
Identifikasi Masalah			■	■	■	■														
Studi Pustaka						■	■													
Metodologi Penelitian								■	■											
Pembuatan Kuesioner								■	■											
Pengambilan Data										■	■	■	■	■						
Pengolahan Data													■	■	■					
Penyusunan Laporan																■	■	■	■	
Kesimpulan																				■

Sumber: Peneliti, 2024

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan objek atau subjek penelitian dengan karakteristik tertentu yang dapat dijadikan sumber informasi dan dieksplorasi untuk penarikan kesimpulan penelitian (Rozi & Khuzaini, 2021). Konsep populasi tidak terbatas pada manusia, melainkan mencakup juga objek dan elemen alam lainnya beserta seluruh atribut yang melekat padanya. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah konsumen yang telah melakukan

pembelian *skincare* Emina pada *Marketplace* Tokopedia di Kota Batam, yang jumlah populasinya tidak dapat diketahui dengan pasti.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik representatif terhadap keseluruhan populasi yang diteliti (Asriani *et al.*, 2022). Penentuan ukuran sampel menjadi langkah krusial dalam proses penelitian, mengingat adanya kendala praktis seperti keterbatasan waktu, tenaga, dan dana yang menyebabkan tidak memungkinkannya penelitian terhadap seluruh populasi. Terlebih dalam konteks penelitian ini, dimana jumlah populasi tidak dapat teridentifikasi secara pasti. Oleh karena itu, penelitian ini mengadopsi teknik *non probability sampling* dalam pengambilan sampel, yang mengindikasikan bahwa tidak setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Adapun penentuan ukuran sampel menggunakan rumus *Jacob Cohen* dengan rumus sebagai berikut:

$$N = \frac{L}{F^2} + U + 1 \quad \text{Rumus 3. 1 Rumus Jacob Cohen}$$

Sumber: (Sindiah & Rustam, 2023)

Keterangan:

N = Ukuran sampel

F² = *Effect size* (0,1)

u = Banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian

L = Fungsi power dari u, Hasil tabel power = 0.95

Jumlah sampel yang dapat diambil dari rumus adalah dengan harga L tabel (t.s=1%) = 0,95 dan u = 19,76:

$$N = \frac{L}{F^2} + u + 1$$

$$N = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1$$

$$N = 203,6 = 204$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus *Jacob Cohen* tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 204 responden.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Penelitian ini mengimplementasikan teknik *non probability sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Menurut (Jasmalinda, 2021), *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana tidak setiap anggota populasi memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai responden penelitian. Pemilihan teknik ini didasarkan pada karakteristik populasi yang tidak dapat diidentifikasi secara pasti jumlahnya, seperti dalam konteks penelitian ini dimana populasinya bersifat *infinite* atau tidak terbatas.

3.5 Sumber Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui dua sumber utama, yaitu:

1. Data Primer : Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner *online* kepada responden yang memenuhi kriteria sampel penelitian.
2. Data Sekunder : Data diperoleh melalui studi kepustakaan dan sumber referensi akademis yang relevan dengan penelitian seperti publikasi ilmiah, jurnal penelitian dan buku referensi.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner yang disebarkan secara daring melalui platform *Google Form*, dengan menyajikan pertanyaan-

pertanyaan tertulis kepada responden. Pengukuran setiap indikator dalam penelitian ini mengadopsi skala *likert* dengan rentang nilai 1-5, dimana 1 mewakili "Sangat Tidak Setuju" (STS) dan 5 mewakili "Sangat Setuju" (SS). Adapun rincian penilaian skala *likert* disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Skala Likert	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2022)

3.7 Operasional Variabel

Operasional variabel berfungsi sebagai dasar pengukuran dan penentuan indikator penelitian yang terukur. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan menggunakan skala *likert* sebagai instrumen. (Sugiyono, 2022) memaparkan bahwa skala *likert* efektif untuk mengukur persepsi, sikap, dan pandangan individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Penelitian ini meneliti empat variabel: tiga variabel independen yaitu citra merek, kualitas produk, dan e -WOM serta satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Seluruh indikator dalam variabel tersebut akan diukur menggunakan skala *likert* dengan penjabaran sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel

Variabel		Indikator	Skala
Citra Merek (X1)	Persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunggulan asosiasi merek 2. Kekuatan asosiasi merek 3. Keunikan asosiasi merek 	<i>Likert</i>
Kualitas Produk (X2)	Semua faktor yang ada pada suatu produk yang menyebabkan produk tersebut dinilai sesuai dengan tujuan untuk apa produk itu diproduksi dan memberikan hasil yang lebih baik dari yang diharapkan, serta mampu memuaskan kebutuhan yang tersurat maupun tersirat secara lebih baik.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian dengan spesifikasi 2. Variasi produk banyak 3. Rancangan produk sesuai dengan trend pasar 	<i>Likert</i>
E-WOM (X3)	Fenomena di mana orang-orang menggunakan <i>platform</i> media sosial, situs web ulasan, atau berbagai saluran online untuk berbagi pendapat, pengalaman, atau rekomendasi tentang produk, layanan, merek, atau pengalaman mereka secara digital.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Intensity</i> 2. <i>Valance of opinion</i> 3. <i>Content</i> 	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Suatu kegiatan dalam memilih dan membeli produk atau jasa berdasarkan evaluasi informasi yang diperoleh, yang dipicu oleh munculnya kebutuhan dan keinginan, dimana pengalaman ini selanjutnya menjadi referensi untuk keputusan pembelian berikutnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencari informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian 	<i>Likert</i>

Sumber: (Anggraini & Fianto, 2024; Evan Saktiendi et al., 2022; Mukhlis & Budiarti, 2022; Naisaniya & Saputro, 2023)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan pendekatan sistematis dalam mengolah dan meringkas data penelitian secara efektif dan menyeluruh. Metode ini berfungsi untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai karakteristik fundamental dari data yang diobservasi, dengan fokus pada interpretasi faktual dari temuan penelitian. Adapun rumusnya yaitu sebagai berikut:

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

Sumber : (Perdana & Mulyadi, 2023)

Keterangan:

N = Jumlah

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

RS = Rentang skala

Penentuan skala diawali dengan menetapkan skor terendah dan tertinggi. Dengan jumlah sampel sebanyak 204 responden dan lima nilai untuk setiap pilihan jawaban, maka formula rentang skala berikut dapat digunakan untuk menentukan ukuran rentang skala pada masing-masing bobot, yaitu:

$$RS = \frac{204(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{204(4)}{5}$$

$$RS = 163,2$$

Berdasarkan perhitungan rentang skala, diperoleh nilai standar sebesar 163,2 untuk setiap kategori jawaban responden. Berikut klasifikasi penilaian berdasarkan rentang skala tersebut:

Tabel 3. 4 Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kriteria
1	204 - 367,2	Sangat Tidak Setuju
2	367,3 - 530,5	Tidak Setuju
3	530,6 - 693,7	Netral
4	693,8 - 856,9	Setuju
5	857 - 1020	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2024

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan tahap evaluasi instrumen penelitian untuk memastikan keakuratan pengukuran terhadap variabel yang diteliti (Lembayung *et al.*, 2023). Pengujian ini dilaksanakan untuk menilai kelayakan instrumen dalam menghasilkan data penelitian yang *valid* dan dapat dipertanggungjawabkan. Penentuan validitas instrumen menggunakan analisis statistik dengan kriteria $df = n-2$ pada tingkat signifikansi 5%, dimana item dinyatakan *valid* jika r hitung $>$ r tabel. Pelaksanaan uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* melalui *software* SPSS versi 26. Pemilihan metode ini didasarkan pada kemampuannya mengukur korelasi linear antar variabel secara akurat untuk menentukan tingkat validitas setiap item pengukuran dalam instrumen penelitian. Adapun rumus korelasi *Pearson Product Moment* yaitu:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3. 3 *Pearson Product Moment*

Sumber: (Utami *et al.*, 2023)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

x = Skor butir

y = Skor total butir

n = Jumlah sampel (responden)

Kriteria pengujian validitas ditentukan melalui perbandingan nilai r hitung dengan r tabel pada derajat bebas (n-2). Item pertanyaan atau pernyataan dinyatakan *valid* apabila nilai r hitung melebihi nilai r tabel pada tingkat signifikansi *alpha* (α) yang telah ditetapkan.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tahapan evaluasi untuk mengukur konsistensi suatu instrumen dalam menghasilkan data yang sama ketika digunakan berulang pada subjek atau kondisi yang sama (Setiawan & Lestari, 2023). Pengujian ini bertujuan menentukan tingkat keandalan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data variabel penelitian. Analisis reliabilitas dilaksanakan menggunakan *software* SPSS versi 26 untuk menilai kelayakan jawaban responden. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's alpha* melebihi 0,60. Adapun teknik uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left(1 - \frac{\sum a^{2b}}{a^{21}} \right) \quad \text{Rumus 3. 4 Cronbach's alpha}$$

Sumber: (Setiawan & Lestari, 2023)

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum a^{2b}$ = jumlah varians butir

a^{21} = varians total

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik, sebagaimana dikemukakan oleh (Rifai & Sigit, 2022), merupakan serangkaian pengujian statistik untuk menguji kesesuaian data penelitian dengan asumsi yang dibutuhkan dalam model statistik. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan keandalan hasil analisis statistik dari model yang digunakan. Terdapat beberapa komponen pengujian yang dilaksanakan, meliputi uji normalitas, uji homoskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi distribusi data dalam penelitian. Menurut (Wibowo *et al.*, 2022), prosedur ini bertujuan memastikan normalitas distribusi data pada variabel bebas dan terikat dalam model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan membandingkan nilai probabilitas terhadap taraf signifikansi 0,05, di mana data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai probabilitas $> 0,05$. Pengujian normalitas dapat dilakukan melalui dua pendekatan. Pertama, metode visual menggunakan plot probabilitas normal pada SPSS, di mana data dianggap normal jika tersebar di sekitar dan mengikuti arah garis diagonal. Kedua, uji numerik *Kolmogorov-Smirnov* yang memberikan nilai kuantitatif untuk perbandingan. Jika nilai *Kolmogorov-Smirnov* setiap variabel $> \alpha=0,05$, maka data dapat dinyatakan berdistribusi normal. Penggunaan kedua pendekatan ini meningkatkan keakuratan dalam menentukan normalitas distribusi data penelitian.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan teknik analisis statistik yang bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat korelasi antar variabel independen dalam model regresi.

Menurut (Hikmah, 2021), model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen, yang berarti variabel-variabel tersebut bersifat ortogonal atau memiliki nilai korelasi sama dengan nol. Pendeteksian gejala multikolinearitas dilakukan melalui pemeriksaan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila memenuhi kriteria nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,10$. Sebaliknya, jika nilai VIF melebihi 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,10, maka model regresi tersebut mengindikasikan adanya gejala multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas, menurut (Firdausya & Indawati, 2023), merupakan prosedur statistik yang bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi varian residual dalam model regresi. Model regresi yang baik menunjukkan karakteristik homokedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas, yang berarti varian residual bersifat konstan untuk setiap pengamatan. Deteksi heteroskedastisitas dilakukan melalui analisis grafik *scatterplot* dengan membandingkan nilai prediksi variabel dependen (*ZPRED/Predicted Values*) dengan nilai residualnya (*SRESID/Standardized Residuals*). Suatu model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila titik-titik pada grafik tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu yang teratur.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi besarnya pengaruh serta kekuatan hubungan yang terbentuk antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel

dependen. Metode ini sangat penting dalam penelitian kuantitatif karena memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola dan kontribusi setiap variabel independen secara sistematis. Adapun persamaan regresi yang digunakan dalam analisis prediktif adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda

Sumber : (Bimantara et al., 2022)

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Citra Merek

X₂ = Kualitas Produk

X₃ = E-WOM

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi

e = *error*

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) merupakan pengujian untuk mengukur ketepatan model regresi linear terhadap data observasi (Artanti & Adinugraha, 2020). Nilai koefisien ini menunjukkan besaran pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen pada model regresi. Nilai R² berkisar antara 0 hingga 1, dimana nilai yang mendekati 0 mencerminkan minimnya pengaruh variabel independen, sementara nilai yang mendekati 1 mengindikasikan kontribusi signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Secara Parsial)

Uji t merupakan metode statistik untuk menguji signifikansi pengaruh individual variabel independen terhadap variabel dependen (Romadani *et al.*, 2023). Pengujian ini didasarkan pada perbandingan nilai rata-rata sampel terhadap rata-rata populasi untuk menentukan tingkat signifikansi perbedaan yang ada. Pelaksanaan uji t menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), dimana hipotesis diterima apabila nilai t hitung $>$ t tabel atau nilai signifikansi $<$ 0,05, sebaliknya hipotesis ditolak jika nilai t hitung $<$ t tabel atau nilai signifikansi $>$ 0,05.

3.9.2 Uji F (Secara Simultan)

Uji F merupakan pengujian statistik untuk menganalisis pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Supriadi *et al.*, 2021). Pengambilan keputusan dalam pengujian ini didasarkan pada dua kriteria utama:

1. Pengujian berdasarkan nilai F hitung yang dibandingkan dengan F tabel. Hipotesis alternatif (H_a) diterima jika nilai F hitung $>$ F tabel, menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan.
2. Pengujian berdasarkan nilai signifikansi dengan tingkat kepercayaan ($\alpha = 0,05$). Hipotesis alternatif (H_a) diterima jika nilai signifikansi $<$ 0,05, yang mengindikasikan bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.