

BAB III

METODE PENELITIAN

3. 1 Jenis Penelitian

Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Penelitian yang dipakai adalah penelitian menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang setelahnya diproses dan dianalisis untuk menarik kesimpulan. Definisi jenis penelitian deskriptif yaitu rancangan penelitian yang ditata untuk memperoleh gambaran terstruktur mengenai fakta ilmiah yang diperoleh dari subjek atau objek penelitian

3. 2 Sifat Penelitian

Pada penelitian ini memanfaatkan sifat replikasi. Penelitian ini menggunakan metode yang sama atau situasi penelitian yang sama dan mencapai kesimpulan yang sama dengan penelitian sebelumnya (Christina & Purba, 2022).

3. 3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penulis membuat penelitian ini dengan lokasi berada di Provinsi Kepulauan Riau, tepatnya di Kota Batam

3.3.2 Periode Penelitian

Jangka waktu penelitian yang diperlukan untuk penelitian ini adalah dari bulan Mei 2024 hingga penyusunan skripsi selesai.

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Kegiatan	Tahun 2024				
	Mei	Jun	Jul	Agust	Sept
Pengajuan judul					
Studi Pustaka					
Penyusunan penelitian					
Pembagian kuesioner					
Mengumpulkan data kuesioner					
Pengolahan data					
Pengumpulan skripsi					

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah jumlah objek di suatu wilayah yang memiliki kesamaan ciri-ciri yang menjadi dasar pengambilan Kesimpulan (Astutik et al., 2021). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu jumlah pelanggan yang belum diketahui untuk membeli produk Skintific di Kota Batam.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Pada penelitian ini, Peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* untuk mengetahui besarnya sampel pada populasi saat ini.

$$n = \frac{Z^2 - P(1-P)}{n^2}$$

Rumus 3. 1 Rumus *Lemeshow*

Sumber : (Rambe & Rustam, 2024)

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

Z = Nilai table normal (95% dari Tingkat kepercayaan = 1,96)

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

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

Perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$n = 96,04$ atau dibulatkan menjadi 100

Sumber : (Tjoa, 2024)

Berdasarkan perhitungan yang digunakan penulis diatas dengan menggunakan rumus *lemeshow*, diperoleh bahwa sampel yang akan dipakai pada penelitian ini adalah 100 orang di Kota Batam.

3.4.3 Teknik Sampling

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang dibatasi pada kelompok tertentu yang dapat memberikan informasi yang diperlukan berdasarkan

berbagai kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Peneliti menggunakan teknik ini dalam penelitian ini karena mereka tidak memiliki banyak waktu, dana, atau kekuatan untuk melakukannya. Seperti adanya patokan umur dan apakah konsumen menggunakan produk tersebut.

3.5 Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan bersumber pada:

1. Data primer: data didapat melalui kuesioner *online* yang berikan kepada pengguna skintific di Kota Batam.
2. Data sekunder: dikutip dari jurnal ilmiah, buku, dan publikasi yang diambil oleh peneliti sebagai referensi.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Ini melibatkan pendistribusian serangkaian pertanyaan kepada orang lain yang akan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini atas permintaan pelanggan.

Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian ini digunakan sebagai alat survei kuesioner. Skala *Likert* adalah skala yang mengukur perilaku atau reaksi seseorang dengan menunjukkan setuju atau tidaknya mereka terhadap suatu peristiwa tertentu.

Tabel 3. 2 Metode Pengumpulan Data

Nilai	Skala
5	Sangat Setuju (SS)

4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu ciri, kekhususan, ciri suatu subjek atau objek penelitian yang penting bagi masalah yang diteliti dan penilaiannya, serta harus mempunyai suatu nilai, yang nilainya berbeda-beda dari satu objek ke objek yang lain.

3.7.1 Variabel Bebas

Di dalam penelitian ini terdapat variabel bebas/variabel independen yaitu terdiri dari *Digital Marketing* (X1), Citra Merek (X2), dan E-WOM (X3).

Tabel 3. 3 Variabel Bebas

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
<i>Digital Marketing</i> (X1)	<i>Digital marketing</i> adalah bentuk pemasaran terkini yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan mengenai suatu produk atau pun jasa tanpa terbatas waktu dan biaya (Belan, 2024).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Accessibility</i> 2. <i>Interactivity</i> 3. <i>Entertainment</i> 4. <i>Credibility</i> 5. <i>Iritation</i> 6. <i>Informativeness</i> 	Skala <i>Likert</i>
Citra Merek (X2)	Menurut (Kotler & Keller, 2016) dalam(Khasanah et al., 2021) Citra merek dapat didefinisikan sebagai ekspresi karakteristik eksternal produk dan layanan, termasuk komitmen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kekuatan asosiasi merek 2. Kesukaan asosiasi merek 3. Keunikan asosiasi merek 	Skala <i>Likert</i>

	merek dalam memenuhi kebutuhan sosial atau psikologis pelanggan.		
E-WOM (X3)	(Kadi et al., 2021) menjelaskan E-WOM melalui media sosial merupakan strategi yang efektif untuk mendorong konsumen melakukan pembelian, karena media sosial meningkatkan komunikasi pelanggan selain citra produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Intensity</i> 2. <i>Valance of opinion</i> 3. <i>Content</i> 	Skala <i>Likert</i>

3.7.2 Variabel Terikat

Di dalam penelitian ini variabel terikat/variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Tabel 3. 4 Variabel Terikat

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Tjiptono (2014:21) dalam (Mulia, 2020) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk, atau merek tertentu, dan mengevaluasi sebarapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pencarian informasi 2. Sesuai kebutuhan 3. Prioritas pembelian 4. Konsumen merasa puas 	Skala <i>Likert</i>

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Pengertian analisis statistik deskriptif menurut (Sagiyono, 2017) dalam (Khasanah et al., 2021) adalah rumusan masalah yang berkaitan dengan pertanyaan tentang keberadaan variabel independen. Selain itu, presentasi terdiri dari data dalam bentuk tabel, rating, grafik, dan lain-lain.

Berikut rumus perhitungan rentang skala pada penelitian ini:

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

Rumus 3. 2 Rentang Skala

Sumber : (Aji et al., 2023)

Keterangan:

RS: Rentang skala

n: Jumlah responden

m: Jumlah alternatif jawaban

Terdapat 100 sampel pada penelitian ini dengan opsi jawaban 5. Dari jumlah tersebut maka perhitungan pada rentang skala ialah:

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

$$RS = 80$$

Tabel 3. 5 Analisis Deskriptif

No	Rentang Skala	Kategori
1	100 – 180,00	Sangat Tidak Setuju
2	180,01 – 260,01	Tidak Setuju
3	260,02 – 340,02	Netral
4	340,03 – 420,03	Setuju
5	420,04 – 500	Sangat Setuju

Sumber : Data Peneliti, 2024

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Pada uji validitas digunakan untuk membuktikan ketepatan butir-butir soal dalam instrument penelitian dan mengukur kejelasan kerangka dalam sebuah penelitian (Utami, 2023).

Teknik untuk memeriksa Tingkat korelasi memakai uji 2 sisi signifikansi 0,05 dengan memakai rumus *pearson product moment*, dengan pengecekan seperti dibawah ini:

1. Instrument atau item pertanyaan berkorelasi dengan skor total apabila r hitung lebih besar dari r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05).
2. Instrument atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan dengan skor total jika r hitung kurang dari r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05).

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas suatu instrumen penelitian merupakan pengujian yang sering dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dianggap dapat diandalkan atau tidak (Dewi &

Sudaryanto, 2020). Uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's alpha*. Menurut Putri (dalam Dewi & Sudaryanto, 2020), jika suatu variabel mempunyai nilai *Cronbach alpha* > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut reliabel atau konsisten ketika diukur (Rosita et al., 2021).

$$r_{ii} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Rumus 3. 3 Rumus Uji Reliabilitas

Keterangan:

r = reliabilitas instrument

k = jumlah item pertanyaan atau pernyataan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir

σt^2 = jumlah varian total

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Ghozali (2018:161) dalam (Aditiya et al., 2023) menjelaskan bahwa tujuan dari uji normalitas adalah untuk menilai apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mengikuti distribusi normal. Metode yang digunakan untuk uji normalitas ini adalah rumus *Kolmogorov-Smirnov*, dengan kriteria bahwa data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, dan sebaliknya, jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear. Gejala adanya multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* nya. Jika nilai VIF < 10 dan *Tolerance* $> 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (MARDIATMOKO, 2020).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dilakukan uji heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan cara uji scatter plot dan uji glesjer.

Berdasarkan hasil uji scatter plot jika didapat titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola maka disimpulkan tidak terjadi kesamaan *variance* residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya atau pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika hasil uji glesjer didapat hasil nilai signifikansi variabel bebas lebih besar dari 0,05 maka disimpulkan pada model regresi tidak terjadi kesamaan *variance* residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Purba et al., 2021). Sehingga dirumuskan hipotesis dari uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Ho : Model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas

H1 : Model regresi terjadi heteroskedastisitas

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Rinaldi & Nanang Prayudyanto, 2021).

Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Rumus 3. 4 Rumus Uji Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$b_1 b_2$ = Nilai koefisien regresi

X_1 = *Digital Marketing*

X_2 = Citra Merek

X_3 = E-WOM

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi yang dinyatakan dengan R^2 untuk pengujian regresi linier berganda yang mencakup lebih dari dua variabel adalah untuk mengetahui proporsi keragaman total dalam variabel tak bebas (Y) yang dapat dijelaskan atau diterangkan oleh variabel-variabel bebas (X) yang ada didalam model persamaan regresi linier berganda secara bersama-sama (Bhirawa, 2020).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T (Uji Parsial)

Menurut Sugiyono (2018:206) dalam (G. Pratiwi & Lubis, 2021) “Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen”. Menguji tingkat signifikan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui keberartian derajat hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y) yang digunakan dengan koefisien korelasi.

3.9.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Sugiyono (2018:208) dalam (G. Pratiwi & Lubis, 2021) “Uji ini digunakan untuk mengujikan apakah kedua variable independen secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen”. Uji ini digunakan untuk mengujikan apakah kedua variable independent secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap

variable dependen. Uji F statistik digunakan untuk menguji keberartian pengaruh dari seluruh variable bebas (X).