

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain studi ini ialah panduan serta teknik perangkaan penelitian untuk menghasilkan model penelitian dan mengembangkan strategi. Variabel yang akan diteliti oleh peneliti mencakup *Brand Awareness* (X1), *Perceived Quality* (X2), *Electronic Word Of Mouth* (X3) dan *Purchase Intention* (Y). Penelitian ini memakai metode penelitian kuantitatif dan bersifat kausalitas, untuk meneliti sebab akibat dan hubungan antar variabel.

Menurut Sanusi (2011: 14), Desain penelitian kausalitas berfungsi sebagai peneliti kesempatan adanya hubungan sebab akibat antar variabel yang telah dikelompokkan. Studi ini memiliki tujuan guna melihat berbagai faktor yang berpengaruh pada *purchase intention* pada *brand* Man Man Tang di Batam.

3.2. Operasional Variabel

Operasional variabel ialah prasyarat yang dibutuhkan untuk mengontrol hubungan dua variabel maupun lebih pada praduga dan dilaksanakan setelah masing-masing variabel. Pada studi ini yang menjadi variable terikat ialah niat beli sementara variable bebasnya ialah *brand awareness*, *perceived quality* dan *electronic word of mouth*.

3.2.1. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Sanusi (2011: 50) mengemukakan bahwa variabel terikat ialah variabel yang yang mendapat pengaruh atas keberadaan variabel lain. Berbagai faktor yang diukur untuk melakukan penentuan variable independen, meliputi faktor yang muncul atau sebaliknya, yang peneliti akan tunjukkan. *Purchase intention* ialah variabel bebas dalam studi ini.

3.2.2. Variabel Bebas / Variabel Independen

Menurut Sanusi (2011: 50), Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi variabel lain yakni variabel bebas. *Electronic word of mouth*, *perceived quality*, dan *brand awareness* menjadi variabel bebas pada studi ini.

Tabel 3. 1 Variabel Operasional

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
<i>Brand Awareness</i> (Geby Laylany Widjanarko, 2019a)	<i>Brand awareness</i> merupakan unsur yang memiliki nilai pengaruh untuk mengenali ataupun berpikir kembali merek suatu perusahaan.	1. Ingatan pelanggan. 2. <i>Easy product identify.</i> 3. <i>Excellence product from consumer knowledge.</i>	Likert
<i>Perceive Quality</i> (Claudia Bimantari, 2019)	<i>Perceived quality</i> merupakan persepsi kualitas oleh pelanggan sebagai sarana pengukuran keunggulan produk secara keseluruhan.	1. Bahan penghasil produk dari merk 2. Warna merk produk 3. Gaya merk yang selalu menarik	Likert
<i>Electronic Word of Mouth</i> (Benowati & Purba, 2020)	Komunikasi dari sosial media dan internet dari masyarakat mempunyai pengalaman	1. Intensitas 2. <i>Valence</i> 3. <i>Content.</i>	Likert

	mengkonsumsi atau membeli suatu produk/jasa.		
<i>Purchase Intention</i> (Benowati & Purba, 2020)	Keinginan konsumen dalam membeli suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Transaksional 2. Minat Refrensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif 	Likert

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019: 126), populasi ialah subyek/obyek yang berada di suatu wilayah dan ditetapkan penelitian untuk dipelajari oleh peneliti. Populasi penelitian ini merupakan konsumen boba yang berada di kota Batam, Karakteristik didalam penelitian ini :

1. Berjenis kelamin perempuan / laki-laki.
2. Usia 18-35 tahun.
3. Lama mengkonsumsi boba Man Man Tang.
4. Sudah berapa kali melakukan pembelian terhadap produk Man Man Tang.

3.3.2. Sampel

Sampel ialah jumlah serta keunikan bagian yang terdapat dalam populasi (Sugiyono, 2019: 127). Peneliti menggunakan *Nonprobability sampling* untuk mengambil data sampel, yaitu pengambilan data sampel tidak memberi kesempatan terhadap anggota populasi masing-masing untuk dipilih sebagai sampel Sugiyono (2019: 131). Teknik yang dipakai adalah teknik *purposive*

sampling. Populasi penelitian ini tidak diketahui, sehingga untuk menentukan besar sampel menggunakan formula populasi tidak diketahui jumlahnya yang menurut Hair, et al (2010) dalam jurnal (Setyawati & Rosiana, 2018: 5) jumlah sampel tidak bisa di analisis jika jumlahnya kurang dari 50, ukuran sampel minimum adalah 100 sampel. Dengan itu disarankan ukuran sampel adalah 5-10 kali parameter. Pada penelitian ini terdapat 13 indikator, 13 indikator di kali 10 parameter maka sampel yang diambil adalah 130.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Studi ini mengumpulkan data dengan membuat daftar pernyataan atau pertanyaan secara tertulis dan mendistribusikan kepada konsumen yang sudah pernah mengkonsumsi minuman boba Man Man Tang sesuai variabel yang berbentuk kuesioner menggunakan skala likert berbentuk *checklist*, seperti :

Tabel 3. 2 Skala Likert

Skala Likert	Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif yaitu ilmu statistik yang menggambarkan bagaimana suatu data dikumpul terlebih dahulu dan diringkas dalam unit analisis dengan meliputi; *mean, modus, median, range* dan frekuensi Wibowo, (2012: 1). Tujuan analisis deskriptif pada penelitian ini untuk menyampaikan informasi dari variabel

bebas yaitu *perceived quality*, *brand awareness*, dan *electronic word of mouth* serta variabel dependen yaitu *purchase intention*. Teknik menganalisis data penelitian ini dalam menjawab kemungkinan yang akan terjadi menggunakan bantuan statistic SPSS. Berikut termasuk rumus untuk mengukur rentang skala:

$$Rs = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Rentang Skala}$$

Perlu menentukan skor terkecil dan skor terbesar untuk mencari rentang skala. terlebih dahulu. Jumlah sampel yang dipakai 130 responden serta jumlah alternatif jawaban adalah 5. Berikut adalah rentang skala tiap kriteria:

$$Rs = \frac{130(5 - 1)}{5}$$

$$Rs = \frac{(650 - 130)}{5}$$

$$Rs = 104$$

Hasil perhitungan rentang skala yang didapatkan, untuk tahap selanjutnya diketahui sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Rentang Skala Penelitian

No	Rentang Skala	Kriteria
1	130 - 234	Sangat tidak baik
2	235 – 338	Tidak baik
3	339 – 442	Netral
4	443 – 546	Baik
5	547 – 650	Sangat baik

Sumber: Peneliti (2020)

3.5.1. Uji Kualitas Data

Terdapat dua jenis konsep dalam uji kualitas data yaitu, uji validitas data dan uji realibitas data. Bertujuan untuk mengetahui data yang telah diuji *valid* dan

realibel. Jika hasil pengujian validitas dinyatakan *valid*, maka selanjutnya dilakukan uji reabilitas.

3.5.2.1. Uji Validitas Data

Wibowo (2012: 35) Tujuan uji validitas data untuk mengetahui apakah item pernyataan dan pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner bisa dipakai sebagai alat ukur kondisi responden yang sebenarnya serta melakukan penyempurnaan atas kuesioner itu. Valid atau tidak alat ukur bergantung pada bagaimana performa alat itu untuk mengukur hal yang perlu diukur dalam studi.

Uji signifikan dilakukan untuk menentukan kelayakan atau tidak. Jika koefisien korelasi 0.05 artinya punya hubungan yang signifikan pada skor total item, maka item tersebut dikatakan valid.

Tabel 3. 4 Range validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0.80 – 1.000	Sangat Kuat
0.60 – 0.799	Kuat
0.40 – 0.599	Cukup Kuat
0.20 – 0.399	Rendah
0.00 – 0.199	Sangat Rendah

Sumber : Wibowo (2012: 36)

Studi ini memakai Korelasi *Bivariate Pearson (Pearson Product Moment)* yang merupakan pengujian validitas yang paling umum. Pengujian ini bertujuan sebagai korelasi skor masing-masing item terhadap keseluruhan skornya. Skor total merupakan seluruh total nilai item. Item yang mempunyai arti, memberikan dorongan dalam mengungkap apa yang ingin diteliti oleh peneliti merupakan item yang memiliki korelasi signifikan dengan skor total.

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 3.2 Korelasi *Product Moment*

Sumber: Wibowo (2012: 37)

Keterangan :

r_{ix} = koefisien korelasi

i = skor item

x = skor keseluruhan dari x

n = jumlah keseluruhan subjek

Nilai uji dilakukan pembuktian melalui uji dua sisi dalam taraf signifikan 0,05.

Kriteria suatu data disebut valid atau sebaliknya, apabila:

1. Item dikatakan valid apabila r hitung $\geq r$ table, maka item-item dinyatakan berkorelasi signifikan pada skor total item.
2. Item disebut tidak valid apabila r hitung $< r$ table, maka item-item dinyatakan tidak berkorelasi signifikan pada skor total item.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu membuktikan dipercaya atau tidak. Tujuan uji ini sebagai pengetahuan dan pengukuran tingkat konsistensi alat ukur. Penelitian ini memakai metode uji reliable yaitu *Cronbach's Alpha*. Metode *cronbach's Alpha* dipakai guna mencari besaran angka reliabilitas, maka dapat memakai rumus seperti di bawah ini (Wibowo, 2012: 52):

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Rumus 3.3 Rumus Reliabilitas (*cronbach's alfa*)

Sumber: Wibowo (2012: 52)

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

K = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Banyaknya varian butir

σ_1^2 = Total varian

Nilai uji terlihat dengan uji dua sisi memakai tingkat signifikan 0.05. Jika nilai $alpha >$ dari nilai kritis *product moment*, atau nilai r tabel dapat diketahui data tersebut akan diterima atau tidak. Selain itu, bisa juga dengan memakai nilai batasan penentu, contohnya 0.6. Rendah dari 0.6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang serta nilai 0.7 dapat diterima, dan nilai yang lebih tinggi dari 0.8 dianggap baik. Berikut adalah cara melakukan perbandingan nilai dengan tabel kriteria indek koefisien reliabilitas yang merupakan rekomendasi dari peneliti yang berpengalaman:

Tabel 3.5 Indeks Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0.20	Sangat Rendah
2	0.20 – 0.399	Rendah
3	0.40 – 0.599	Cukup
4	0.60 – 0.799	Tinggi
5	0.80 – 1.00	Sangat Tinggi

Sumber: Wibowo (2012: 53)

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Selanjutnya, guna melengkapi ketentuan data studi ini memakai uji regresi guna melakukan pengujian pengaruhnya. Terpenuhi prinsip *Best Linier Unbiased Estimator (BLUE)* merupakan ketentuan syarat uji regresi dan korelasi. Beberapa ketentuan harus ada pada data untuk mencapai *BLUE*, ketentuan

tersebut disebut uji asumsi klasik, yang melingkupi uji heteroskedastitas, uji normalitas, dan uji multikolinearitas, (Wibowo, 2012; 87).

3.5.3.1. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas ini sebagai pengetahuan apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan *histogram regression residual* yang telah distandarkan, grafik normal probability plots dan menggunakan nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Jika Nilai *Kolmogorov-Smirnov* $Z < Z_{\text{tabel}}$; atau menggunakan Nilai *Probability Sig* (2 tailed) $> \alpha$; $\text{sig} > 0.05$, maka kurva nilai terstandarisasi dikatakan normal. Wibowo (2012: 62).

3.5.3.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Wibowo (2012: 87) adanya multikolinieritas dan korelasi yang nyaris sempurna atau sempurna antar variabel bebas merupakan hal yang tidak boleh terjadi dalam persamaan regresi. *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat mendeteksi dan menguji apakah terjadi masalah multikorelasi atau tidak. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 maka multikolinearitas dikatakan tidak terjadi.

3.5.3.3. Uji Heteroeskedastisitas

Terdapat varian variabel dalam model berbeda, maka dapat dikatakan model tersebut mempunyai masalah heteroskedastisitas. Pengujian ini dibutuhkan untuk menguji ada atau tidak terjadi perbedaan varian dari residual pada model regresi. Beberapa metode ini dapat digunakan meliputi, metode Barle dan Rank Speraman dan metode grafik Park Gleyser. Metode Park Gleyser dipakai pada penelitian ini, Park Gleyser mengorelsikan nilai absolut residual dengan masing-masing variabel

independen. Jika nilai signifikan $>$ nilai alpha-nya (0.05), maka dikatakan tidak mempunyai masalah heteroskedastisitas Wibowo (2012: 93).

3.5.4. Uji Pengaruh

Uji pengaruh yang dikenakan pada penelitian ini ada dua adalah analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi (R^2).

3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel akan dianalisis sebagai variabel yang memiliki hubungan – pengaruh, dengan, dan terhadap, variabel dependen jika variabel penjelasnya lebih dari satu buah. Regresi linear melibatkan variabel bebas atau prediktor yang lebih dari satu. Metode regresi linear berganda yaitu suatu kerangka hubungan linear antara dua ataupun lebih variabel bebas dengan variabel terikat Wibowo (s2012: 126) .

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n \quad \text{Rumus 3.4 Regresi Linier}$$

Berganda

Sumber: Wibowo (2012: 127)

Keterangan :

Y' = variabel respons (variabel terikat)

b = nilai koefisien regresi

a = nilai konstanta

x_1 = variabel bebas pertama

x_2 = variabel bebas kedua

x_3 = variabel bebas ketiga

x_1 = variabel bebas ke-n

3.5.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi berfungsi sebagai alat ukur seberapa banyak kapasitas model dalam menerangkan variabel dependen atau ukuran yang menyatakan kontribusi dari variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Maka koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat mengartikan kondisi yang sebenarnya.

Koefisien determinasi menggunakan dua variabel indenpenden dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2} \quad \text{Rumus 3.5 Koefisien Determinasi}$$

Sumber: Wibowo (2012: 136)

Keterangan :

ryx_1 = Korelasi variabel x_1 dengan y

ryx_2 = Korelasi variabel x_2 dengan y

rx_1x_2 = Korelasi variabel x_1 dengan variabel x_2

R^2 = Koefisien Determinasi

3.5.5. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah pengambilan keputusan yang digunakan sebagai penguji signifikan koefisien uji t yang bersambung pada pernyataan hipotesis penelitian. Penelitian ini memakai metode parsial (Uji T) dan uji secara simultan (Uji F) untuk menguji hipotesis.

3.5.5.1. Uji T (Uji Parsial)

Uji T dikenal dengan uji parsial, Tujuan menggunakan uji T adalah sebagai pengetahuan terjadinya hubungan variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dengan $\alpha = 5\%$. (Jufidar, Abbas, & Safwadi, 2019)

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{S_{b_i}} \quad \text{Rumus 3.6 Uji T (Parsial)}$$

Keterangan :

S_{b_i} = Standar error variabel i

B_i = Koefisien regresi variabel i

1. H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{\text{hitung}} > \text{tabel}$ dan $\text{sig} < 0.05$
2. H_0 diterima dan H_a tolak jika $t_{\text{hitung}} < \text{tabel}$ dan $\text{sig} > 0.05$.

3.5.5.2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau Uji Anova merupakan uji untuk mengetahui cara pengaruh total variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. (Jufidar et al., 2019).

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2 : K}{(1-R^2) : (n-k-1)} \quad \text{Rumus 3.7 Uji F (Simultan)}$$

Keterangan:

F = f hitung yang dikonsultasikan dengan F_{tabel}

R^2 = Korelasi parsial yang ditemukan

N = Jumlah sampel

K = jumlah variabel bebas

3.6. Jadwal Penelitian

Tabel 3.6 Jadwal Peneltian

Kegiatan	Waktu Kegiatan																							
	Sep 2020				Okt 2020				Nov 2020				Des 2020				Jan 2021				Feb 2021			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul		■																						
Bab I			■	■	■	■																		
Bab II						■	■																	
Bab III							■	■	■															
Kuesioner										■	■													
Pengolahan Data											■	■												
Bab IV												■	■											
Bab V													■	■										
Final															■	■	■	■	■	■				