

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survei, dimana data yang dikumpulkan dari responden menggunakan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2013), penelitian survei ini pengumpulan data yang dilakukan menggunakan instrumen kuesioner/wawancara untuk memperoleh tanggapan dari responden. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan dengan teknik simple random sampling, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* dan Media Sosial terhadap keputusan pembelian Studi pada hijab Westore. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode Teknik simple random sampling atau teknik acak sederhana. Dengan menggunakan skala pengukuran Likert, metode pengumpulan data dengan cara kuesioner serta dokumentasi. Teknis analisis data yang menggunakan metode regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS.

3.2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

3.2.1 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen atau bebas dan satu variabel dependen atau terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Electronic Word of Mouth* (X1) dan Media Sosial (X2) sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y) . Berikut penjabaran definisi operasional dari ketiga variabel tersebut :

1) Variabel bebas : *Electronic Word of Mouth* (X1)

(Jansen, 2014) menyebutkan bahwa meskipun mirip dengan bentuk word of mouth, electronic word of mouth menawarkan berbagai cara untuk bertukar informasi, banyak juga diantaranya secara anonim atau secara rahasia. (Goyette, 2010) membagi dimensi eWOM menjadi tiga bagian, yaitu :

a. Intensitas (*Intensity*)

1. Frekuensi mengakses sebuah informasi pada jejaring sosial.
2. Frekuensi interaksi antara pengguna jejaring sosial.
3. Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna jejaring sosial.

b. *Valence of Opinion*

1. Komentar positif dari pengguna jejaring sosial.
2. Rekomendasi dari jejaring sosial.
3. Komentar negatif dari pengguna jejaring sosial.

c. *Content*

1. Informasi kualitas hijab dalam situs jejaring sosial.
 2. Informasi harga yang ditawarkan pada situs jejaring sosial
 3. Informasi pelayanan admin pada situs jejaring sosial.
- 2) Variabel Bebas : Media Sosial (X2)

Media sosial adalah suatu wadah di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi (*sharing*), dan berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015) Dalam media sosial, ada tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial yaitu :

a. Pengenalan (*cognition*)

1. Membangun hubungan dengan pelanggan melalui media sosial.

b. Komunikasi (*communication*)

1. Interaksi pelayanan penjual terhadap pelanggan.
2. Informasi yang disampaikan bebas dan lebih cepat.
3. Informasi yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja, namun bisa ke berbagai orang.

c. Kerjasama (*cooperation*)

1. Menyampaikan informasi dengan lengkap
2. Interaksi pelanggan setelah membeli produk.
3. Memberikan *Online Review* kepada orang lain.

b. Variabel Terikat : Keputusan Pembelian (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Menurut (Kotler, 2010) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.

Indikator Keputusan Pembelian :

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Memberikan rekomendasi
4. Melakukan pembelian ulang

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Sumber
1	<i>Electronic Word of Mouth (X1)</i>	Intensitas (<i>Intensity</i>)	1. Frekuensi mengakses sebuah informasi 2. Frekuensi antar penjual dan Pelanggan 3. Banyaknya ulasan	(Goyette, 2010)
		<i>Valence of Opinion</i>	4. Komentar Positif 5. Komentar Negatif 6. Rekomendasi	
		<i>Content</i>	7. Informasi Kualitas 8. Informasi Harga 9. Informasi Pelayanan	
2	Media Sosial (X2)	Pengenalan	10. Membangun hubungan dengan pelanggan	(Nasrullah, 2015)
		Komunikasi	11. Interaksi Pelayanan terhadap pelanggan 12. Informasi yang disampaikan lebih bebas dan cepat. 13. Informasi yang disampaikan bisa keberbagai orang.	
		Kerjasama	14. Menyampaikan informasi dengan lengkap 15. Interaksi pelanggan setelah membeli produk. 16. Memberikan <i>online review</i> .	

Sumber : Penelitian Terdahulu

Lanjutan Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

3	Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan pada sebuah produk	17. Saya memilih produk hijab Westore karena sesuai dengan keinginan.	
		Kebiasaan dalam membeli produk	18. Saya mengetahui produk hijab Westore ini melalui rekomendasi teman dan media sosial.	
		Memberikan Rekomendasi	19. Saya menyarankan kepada orang lain untuk membeli produk.	
		Melakukan pembelian Ulang	20. Saya melakukan pembelian hijab Westore berulang kali.	

Sumber : Data diolah oleh peneliti

3.2.2 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi fenomena sosial. Dalam penelitian ini fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Dan indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrumen item-item yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan. Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon yang setuju atau tidak setuju terhadap objek tertentu. Jawaban dari setiap pertanyaan yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2014) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Westore yang tercatat dalam database yaitu 250.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2014) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil oleh peneliti yang sesuai kriteria dalam penelitian ini adalah sebagian dari pelanggan yang tercatat dalam database Westore. Mengingat jumlah populasi sebanyak 250 bagi peneliti atas pertimbangan tertentu itu besar karena untuk proses pendekatan maka dilakukan proses pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin Magdalena sebagai berikut :

Keterangan

N : Jumlah Populasi

n : Jumlah Sampel

e : Nilai toleransi sebesar 10% atau 0,1

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N (MoE)^2} = \frac{250}{1 + 250 (10\%)^2} \\ &= \frac{250}{1 + 250 (0,01)} \\ &= \frac{250}{2,51} \\ &= 99,60 = 100\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik Sampling menurut (Sugiyono, 2016) cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *simple random sampling* atau sampel acak sederhana yaitu

sampel yang diambil secara acak dari semua populasi, dimana semua anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

3.3.4.1 Teknik Simple Random Sampling

Random sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Menurut (Sugiyono, 2016) pengambilan sampel dengan random sampling melalui cara undian atau cara seperti arisan yaitu secara acak dan random.

3.4 Jenis Data Dan Sumber Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sebagai berikut :

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan informasi kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari Westore melalui kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden yaitu pelanggan Westore .

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan dari orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder bisa juga diperoleh dari studi kepustakaan antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku, jurnal penelitian, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan dan sumber-sumber dari internet. Data sekunder berasal dari sumber internal maupun eksternal. Dalam hal ini, data sekunder yang bersifat internal didapat melalui data-data konsumen Westore dan

yang bersifat eksternal didapat melalui sumber dari jurnal, artikel, dan internet yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang sudah diperoleh dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan metode sebagai berikut:

3.5.1 Angket/Kuesioner

Metode Kuisisioner (Angket) Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan tertutup ataupun terbuka. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis angket tertutup yaitu pernyataan dan pertanyaan dengan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan. Responden hanya mengecek jawaban yang paling sesuai dengan pendiriannya. Survei dilakukan dengan membagikan kuisisioner kepada responden yaitu pelanggan Westore terkait melakukan pembelian melalui media sosial serta promosi *Electronic Word of Mouth(e-WOM)*.

3.5.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, media sosial dan sebagainya. Peneliti menggunakan metode ini untuk mendapat informasi yang bersumber data pada dokumentasi tertulis, sesuai dengan keperluan peneliti sekaligus pelengkap untuk mencari data-data yang lebih objektif dan konkret.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam mengukur apa yang seharusnya diukur agar pengukuran sesuai dengan sasarannya (Hartono, 2013) Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur apakah angket yang dibuat oleh peneliti sudah bisa mengukur apa yang hendak peneliti ukur. Jika hasil korelasian dengan r menunjukkan r -hitung $> 0,3$ maka dinyatakan valid.

Pada data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Dari hasil pengujian ini akan diketahui indikator-indikator mana saja yang relevan dengan variabel penelitian. Pertanyaan mana saja yang tidak signifikan, akan dihilangkan dari pertanyaan kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan pada 30 responden hijab Westore.

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden. Berikut ini merupakan hasil uji validitas tiap item pernyataan yang dapat dilihat pada Tabel 3.3 di bawah ini:

Tabel 3.3 Uji Validitas

Item	Variabel	R-hitung	r-kritis	Keterangan
X1.1	<i>Electonic word of mouth</i>	0,732	0,3	Valid
X1.2		0,645	0,3	Valid
X1.3		0,631	0,3	Valid
X1.4		0,778	0,3	Valid
X1.5		0,670	0,3	Valid
X1.6		0,461	0,3	Valid
X1.7		0,549	0,3	Valid
X1.8		0,750	0,3	Valid
X1.9		0,605	0,3	Valid
X2.1	Media Sosial	0,764	0,3	Valid
X2.2		0,742	0,3	Valid
X2.3		0,748	0,3	Valid
X2.4		0,575	0,3	Valid
X2.5		0,727	0,3	Valid
X2.6		0,834	0,3	Valid
X2.7		0,649	0,3	Valid
Y1.1	Keputusan Pembelian	0,884	0,3	Valid
Y1.2		0,827	0,3	Valid
Y1.3		0,895	0,3	Valid
Y1.4		0,890	0,3	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2021

Tabel 3.3 diatas menunjukkan bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa $r\text{-hitung} > 0.3$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur penelitian ini.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Sebuah alat ukur atau pertanyaan dalam angket dikategorikan reliabel (andal), jika alat ukur yang digunakan dapat mengukur secara konsisten atau stabil meskipun pertanyaan tersebut diajukan dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Untuk melihat reliabilitas masing-masing instrumen yang digunakan, penulis menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* (α) dengan menggunakan fasilitas Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 21 untuk jenis pengukuran interval. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha lebih besar dari batasan yang ditentukan yakni 0,6 atau nilai korelasi hasil perhitungan lebih besar daripada nilai dalam tabel dan dapat digunakan untuk penelitian, yang dirumuskan:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas

k = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum S_i$ = jumlah varian skor tiap item

S_t = varians total

Hasil uji reliabilitas dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dapat dilihat pada Tabel 3.4 di bawah ini:

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai cronbach alpha	r-kritis	Keterangan
<i>Electronic Word of Mouth (X1)</i>	0.819	0,6	Reliabel
Media Sosial (X2)	0.846	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.897	0,6	Reliabel

Sumber : Data SPSS 2021

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data dapat diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah. Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan penelitian studi kasus yang dipergunakan untuk mengumpulkan, mengolah, dan kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat dengan mudah mendapat gambaran mengenai objek dari penelitian tersebut.

Analisa yang digunakan adalah analisa kuantitatif, yakni alat analisa yang menggunakan perhitungan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel dengan variabel lainnya. Proses penelitian bersifat deduktif, dimana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Deskriptif kuantitatif dilakukan untuk menjawab pernyataan penelitian yaitu menganalisis pengaruh antar variabel.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi masing-masing variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum (Ghozali, 2013). Analisis deskriptif berhubungan dengan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Responden harus memilih jawaban yang sesuai dengan apa yang mereka rasakan dan pernah alami. Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan 5 point scale (1 = Sangat tidak setuju ; 2 = Tidak setuju , 3 = Netral ; 4 = Setuju ; 5 = Sangat setuju).

$$\begin{aligned} \text{Range} &= \frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Skala}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi range seperti di bawah ini :

1. 1,00 – 1,80 = Sangat Rendah
2. >1,80 – 2,60 = Rendah
3. >2,60 – 3,40 = Cukup/Sedang
4. >3,40 – 4,20 = Tinggi
5. >4,20 – 5,00 = Sangat Tinggi

Sumber : (Sugiyono, 2017)

3.7.2 Analisis Inferensial

3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

(Sugiyono, 2017) menjelaskan analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel Independen yaitu X_1 , X_2 dan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (dua). Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y : Keputusan pembelian

X_1 : *Electronic Word of Mouth*

X_2 : Media Sosial

- a : Nilai Konstant, perpotongan garis pada sumbu X
- b_1, b_2 : Koefisien regresi variabel
- e : Standar error

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan terhadap residu data penelitian dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Pengujian normalitas data dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian adalah normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian tidak normal. (Ghozali, 2016)

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikolinieritas (gejala multikolinieritas) atau tidak. Multikolinieritas adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Uji multikolinieritas perlu dilakukan jika jumlah variabel independen (variabel bebas) lebih dari satu . Multikolinieritas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai Tolerance dan VIF sebagai berikut :

- a. Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance $< 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas.

- b. Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas (Ghozali, 2013).

3.8.3 Uji Autokorelasi

Autokorelasi dalam konsep regresi linear berarti komponen errornya berkorelasi berdasarkan urutan waktu (pada data berskala), urutan ruang (pada data tampang lintang) atau korelasi pada dirinya sendiri (Ghozali, 2016). Penelitian ini dalam menguji Autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson. Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel independen. Apabila nilai Durbin-Watson (d) lebih besar daripada batas atas (dU) dan lebih kecil dari nilai $4-dU$, maka dapat dinyatakan tidak terdapat autokorelasi.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya (Ghozali, 2016). Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Untuk mengetahui apakah suatu variabel secara parsial berpengaruh atau tidak maka digunakan uji t.

3.9.2 Uji Determinan R^2

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).