

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang. Lokasi ini dipilih karena terdapat fenomena yang terjadi di Kota Malang terkait *E-WOM*, *Brand image* dan keputusan pembelian.

B. Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan) dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2017) metode *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain. Penelitian *explanatory* ini menjelaskan suatu hubungan dua atau lebih variabel yang dimunculkan dalam penelitian kemudian dapat dikaitkan dengan fenomena yang terjadi. Penelitian ini akan meneliti hubungan *E-WoM* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Pixy.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri dari objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah pengguna yang membeli produk kosmetik Pixy, di Malang dengan jumlah yang tidak diketahui. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna yang menggunakan produk kosmetik Pixy Teens.

2. Sampel

Menurut Malhotra (2005) berpendapat bahwa sampel adalah sub-kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk

menjadi sampel. *Non-probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama untuk setiap elemen atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini menggunakan *Non-probability Sampling* yang meliputi *purposive sampling* yaitu Teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah responden. Menggunakan rumus Ferdinand (2014) sebagai berikut: Adapun rumus dari perhitungan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = (5-10) \times \text{jumlah indikator}$$

$$n = 10 \times 12$$

$$n = 120$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 120 responden. Adapun pertimbangan yang digunakan sebagai berikut:

1. Pengguna remaja berumur 17 sampai 21 tahun, karena diharapkan dapat memberikan jawaban dengan jelas dan benar di Kota Malang.

D. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berjenis data primer. Sumber data primer merupakan data yang bersumber langsung diperoleh dari pengumpulan data dari responden atau sumber data (Sugiyono, 2017). Data sekunder yang diperoleh dari sosial media dan Top Brand Award. Data primer dikumpulkan secara khusus oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dikumpulkan menggunakan metode kuesioner. Pengumpulannya data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui menyebarkan kuesioner dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian, sumber data berupa pendapat responden sesuai dengan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner atau angket yang merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan

sejumlah pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden dengan harapan responden dapat memberikan keterangan terkait penelitian (Sugiyono, 2017). Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan maupun pernyataan secara tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Adapun proses mendapatkan data yang dibutuhkan yaitu:

- a) Membuat dan menyusun pernyataan-pernyataan pada gform sesuai dengan indikator terkait dengan produk Pixy
- b) Menyebarkan kuesioner online kepada pengguna produk Pixy yang berada di Kota Malang
- c) Melakukan seleksi beberapa responden yang sesuai dengan ketentuan yang dicari
- d) Ketika sudah mencapai jumlah sampel yang dimiliki maka peneliti dapat melakukan pengolahan data pada aplikasi SPSS

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur (Sugiyono, 2014). Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel independen (*E-WoM* dan *brand image*) dan satu variabel dependen (keputusan pembelian) yang dijabarkan definisi beserta indikatornya:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
1.	Keputusan Pembelian (Y)	Sesuatu yang berhubungan dengan rencana pengguna untuk membeli produk tertentu, serta banyak unit produk yang dibutuhkan dalam periode tertentu	1.Kemantapan atas keputusan pembelian 2.Cepat dalam memutuskan 3.Yakin keputusan yang tepat 4.Mempertimbangkan dalam membeli	(Yurindera, 2020) dan (Fernando dan Mayliza, 2019)

2	E-WOM (X1)	Pernyataan yang berisi pengalaman pengguna ketika menggunakan produk pixy ,pernyataan tersebut dimuat dalam <i>market place</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan pesan untuk memberikan solusi atau manfaat 2. Pesan yang disampaikan memberikan dampak positif bagi produk atau jasa yang diberitakan 3. Pesan yang disampaikan berupa pesan positif dan menjual 4. Orang yang menyampaikan pesan sangat memahami produk atau perusahaan yang direviewnya 	Yi-Shuang Wu et al, (2013)
3.	Brand Image (X2)	Keyakinan yang dipegang pembeli terhadap merek Pixy, hal ini muncul setelah pembeli mendengar, membaca, melihat merek suatu produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. nama merek mudah diingat 2. nama merek mudah diucapkan 3. nama merek, logo dan lambing mudah diingat 4. reputasi baik 	(Utami dan Ratna, 2019), (Silva dan Alwi, 2006), (Sari dan Sudarwanto, 2022)

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

G. Teknik Penskalaan

Teknik penskalaan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu maupun kelompok mengenai fenomena sosial

(Sugiyono, 2014). Teknik penskalaan data pada penelitian ini menggunakan skala likert yang ada pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No.	Jawaban	<i>E-WOM</i>	<i>Brand Image</i>	Keputusan Pengguna
1.	Sangat setuju	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Yakin
2.	Setuju	Baik	Baik	Yakin
3.	Netral	Netral	Netral	Netral
4.	Tidak Setuju	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Yakin
5.	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Yakin

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

H. Uji Instrumen Data

Agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Adapun cara pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai r hitung $\geq r$ tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total, artinya item angket dinyatakan valid.
- b) Jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total yang artinya item angket dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha sebagai berikut:

$$\tau_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- | | |
|-------------------|------------------------------|
| τ_{ii} | = Reliabilitas instrument |
| k | = Banyaknya butir pertanyaan |
| $\sum \sigma_b^2$ | = Jumlah varian butir |
| σ_t^2 | = Varian total |

Adapun kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a) Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka instrumen yang digunakan reliabel
- b) Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $\leq 0,6$ maka instrumen yang digunakan tidak reliabel.

I. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier dapat dicapai bila memenuhi uji asumsi klasik (uji prasyarat analisis) yang terdiri dari:

- a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Untuk menguji normalitas residual digunakan uji statistik nonparametik Kolmogorov-Smirnov. Penelitian berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$).

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidak penyimpangan korelasi yang terjadi antara residual periode t dan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Metode pengujian autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* maupun residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual pada satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Biasanya data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran kecil, sedang, dan besar (Ghozali, 2016).

d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pendeteksi terhadap multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *variance inflating factor* (VIF) dari hasil analisis regresi, jika $\text{VIF} > 10$ maka terdapat gejala multikolinieritas yang tinggi, namun jika $\text{VIF} < 10$ maka tidak terdapat gejala multikolinieritas (Ghozali, 2011).

J. Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independent (Ghozali, 2018). Hasil analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (*E-WoM* dan *Brand Image*) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Bentuk umum dari persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut.

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pengguna

a = Standard Error

b = Koefisien Regresi

e = Konstanta

X1 = *E-WOM*

X2 = *Brand Image*

2. Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur proporsi sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen. Nilai R^2 koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 sama dengan 0 ($R^2=0$) menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Bila R^2 semakin besar mendekati 1 menunjukkan semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila R^2 semakin kecil mendekati 0 menunjukkan semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

K. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen yaitu tekanan, kesempatan, rasionalisasi,

kemampuan, dan prokrastinasi secara parsial terhadap variabel dependen yaitu academic fraud. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan:

- 1) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.
- 2) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

b. Uji f (Simultan)

Menurut (Ghozali, 2018) Uji F dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan aplikasi software SPSS versi 23 dan untuk menarik kesimpulan ada tidaknya pengaruh signifikan variabel bebas (X) secara serempak terhadap variabel terikat (Y) dilakukan dengan cara membandingkan nilai f-hitung dengan F-tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Signifikansi $f < 0,05$ dan $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
2. Signifikansi $f > 0,05$ dan $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).