

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian merupakan tempat dimana penelitian akan dilakukannya semua kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini akan dilakukan di jalan H.M. Arsyad tepat disebelang jalan dari apotek Kimia farma, Kec Mentawa Baru Ketapang, Kabupaten Kotawaringin Timur, Kota Sampit.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian merupakan penelitian eksplanatif pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian eksplanatif dapat dikatakan sebagai suatu penelitian yang menjelaskan mengenai variabel-variabel yang diteliti dan adanya pengaruh pada variabel satu dengan variabel yang lainnya. Disisi lain, pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2018) adalah metode penelitian yang berfokus pada data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis secara statistik.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun objek yang dimaksud untuk penelitian ini yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian terhadap produk sushisamp yang mana jumlah populasi tidak dapat diketahui atau

*infinite population* dengan karakteristik konsumen yang pernah membeli produk sushisamp.

## 2. Sampel

Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018) Metode *purposive sampling* yaitu Teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria yang dipakai dalam penelitian ini adalah, dalam hal ini adalah :

- a. Responden merupakan konsumen yang pernah membeli produk sushisamp dan minimal berusia 18 tahun. Bahwa responden telah mempunyai otoritas dalam membuat keputusan dan diharapkan mampu memahami *item-item* dari setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.

Populasi pada penelitian ini konsumen yang telah membeli produk sushisamp yang tidak terbatas sehingga tidak diketahui jumlahnya. menggunakan Rumus Lemeshow (1997). Rumus Lemeshow ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terbatas (Infinite Population). Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

$n$  = jumlah sampel

$Z$  = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

$P$  = maksimal estimasi = (0,5)

$d$  = sampling error = (0,10)

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

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

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

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

$$n = 96,04 = 100$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang.

#### D. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
<b>Citra merek (X)</b> Kotler dan Keller (2016)	Citra merek adalah persepsi yang ada di benak konsumen mengenai Sushisamp.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mudah diingat produk sushisamp mempunyai ciri khas kemasan yang mudah diingat.</li> <li>- Menciptakan kesan positif produk Sushisamp memiliki tagline “<i>Sushi lidah Indonesia</i>” yang menciptakan kesan positif pada konsumen.</li> <li>- produk Sushisamp tepat untuk dipromosikan karena mempunyai varian makanan Jepang menarik.</li> </ul>	Alma (2007)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
<b>Electronic Word of Mouth (M)</b> Thurau et al. (2004)	Merupakan suatu pernyataan yang bersifat positif secara aktual oleh konsumen atau pengikut mengenai Sushisamp	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membaca pengalaman positif dari konsumen Sushisamp.</li> <li>- Mendapat rekomendasi produk Sushisamp dari pembeli sebelumnya.</li> <li>- Melakukan pembelian karena Sering membaca ulasan tentang orang lain yang pernah membeli.</li> <li>- Percaya diri dalam membeli produk Sushisamp Ketika melihat rating/peringkat online sushisamp.</li> </ul>	Immanuel (2020)
<b>Niat Beli Ulang Konsumen (Y)</b> Schiffman dan Kanuk. (2014)	Niat beli ulang yang dilakukan konsumen yaitu kesediaan konsumen untuk membeli kembali produk Sushisamp.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niat membeli kembali produk sushisamp.</li> <li>- Niat membeli produk lain di sushisamp.</li> <li>- Menambah Jumlah pembelian di sushisamp</li> <li>- Menambah frekuensi pembeli di sushisamp.</li> </ul>	Hellier et al (2003)

Sumber : Alma (2007), Hellier et al (2003), Immanuel (2020), Kotler dan Keller (2016), Schiffman dan Kanuk (2014), Thurau et al. (2004). Data diolah, 2024.

#### E. Jenis dan Sumber Data

Dalam jenis penelitian ini data yang digunakan adalah data primer, menurut (Sugiyono 2018) data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan. Dalam hal ini data primer tersebut berupa jawaban hasil penyebaran kuisisioner kepada konsumen yang telah membeli produk sushisamp dikota Sampit yang mana seluruh pernyataan yang dibuat mengarah pada penelitian mengenai citra merek terhadap niat beli ulang konsumen dengan *electronic word of mouth* sebagai moderasi.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis yang nantinya dijawab oleh responden (Sugiyono, 2018). Data yang diambil dalam penelitian ini merupakan data konsumen yang berniat membeli ulang produk sushisamp.

Kuesioner atau angket tersebut berisi mengenai dengan pertanyaan atau pernyataan kepada responden mengenai pengaruh citra merek terhadap niat beli ulang konsumen dengan *electronic word of mouth* sebagai variabel moderasi. Dalam pengumpulan ini peneliti menggunakan *google form* sebagai media pengumpulan data atau secara daring.

## **G. Pengukuran variabel Penelitian**

Pengukuran variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang mengukur antara kesetujuan dan tidak kesetujuan yang dari serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada responden atau responden diminta untuk memberikan tanda (✓) pada salah satu pertanyaan.

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

<b>Keterangan</b>	<b>Nilai</b>
Untuk jawaban "STS" sangat tidak setuju	1
Untuk jawaban "TS" tidak setuju	2
Untuk jawaban "N" kurang setuju	3
Untuk jawaban "S" setuju	4
Untuk jawaban "SS" sangat setuju	5

Sumber: Sugiyono (2018)

## H. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Pengujian validitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa jelas setiap pernyataan yang diberikan kepada responden. Dalam hal ini, untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu kuesioner tersebut, maka  $r$  hitung perlu dibandingkan dengan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka item tersebut dinyatakan valid (Sugiyono 2018). Tetapi jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Nilai  $r$  hitung dapat diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana:

$r$  = Koefisien Korelasi

$n$  = Jumlah sampel

$X$  = Skor tiap butir

$Y$  = Skor Total

### 1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana instrument tersebut dapat diberikan hasil yang relatif sama bisa dilakukan pengukuran kembali

terhadap subyek yang sama. Suatu instrumen yang mempunyai reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa instrumen tersebut bagus. Suatu alat ukur yang bagus tidak berubah-ubah pengukurannya, artinya meskipun alat itu digunakan berkali-kali akan memberikan hasil yang hampir serupa.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji Alpha Cronbach. Dalam hal ini, jika nilai Alpha Cronbach  $> 0.6$ , maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Sedangkan jika koefisien Alpha Cronbach  $< 0.60$  maka variabel dinyatakan tidak reliabel. Definisi Alpha Cronbach merupakan koefisien keandalan yang menunjukkan item-item dalam kuesioner berkorelasi dengan sangat baik (Sekaran, 2006).

$$r_{11} = \frac{(n)}{n - 1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:  $r_{11}$  = Reliabilitas yang dicari

$n$  = jumlah item pernyataan

$\sum x^2$  = jumlah kuadrat nilai X

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat nilai Y

$\sum \sigma^2$  = jumlah varian skor tiap item

$\sigma^2$  = varian total

### I. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui variabel-variabel yang digunakan layak dalam model analisa regresi linier berganda, dilakukan uji persyaratan asumsi klasik yang meliputi uji sebagai berikut:

## 1. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang tepat adalah distribusi data yang normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Pengujian yang menunjukkan data normal jika nilai signifikansinya adalah  $> 0.05$ . (Sugiyono, 2018)

## 2. Uji Multikolinieritas

Menurut Husein (2011) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (variabel independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Model regresi yang mengandung multikolinieritas menyebabkan kesalahan standar estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel bebas, tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol akan semakin besar, dan probabilitas akan menerima hipotesis yang salah juga akan semakin besar.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam regresi ada beberapa cara, yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila tidak terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 atau VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antara variabel bebas dalam regresi (Ghozali, 2018:105-106)



### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan lain 32 tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas., cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah menggunakan uji Glejser, yaitu pengujian yang mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Uji ini digunakan untuk memberikan angka-angka yang lebih detail untuk menguatkan apakah data yang diolah mengalami Heteroskedastisitas atau tidak. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila hasil dari uji Glejser menunjukkan kurang dari nilai signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila hasil dari uji Glejser menunjukkan kurang dari atau sama dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data mengalami Heteroskedastisitas dan sebaliknya (Ghozali, 2018: 143).

#### J. Analisis Data

##### 1. Analisis Rentang Skala

Rentang skala adalah alat analisis yang digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan tingkat citra merek, *e-wom*, niat beli ulang. Menurut Husein (2011) menentukan rentang skala dapat menggunakan rumus analisis rentang skala sebagai berikut:

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

Keterangan

RS : Rentang Skala

m : Jumlah alternatif jawaban

n : Jumlah sampel

Maka pada perhitungan analisis rentang skala dijabarkan sebagai berikut:

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

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

Menentukan Batas Skala:

$$\text{Nilai terendah (minimal)} = 1 \times n = 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Nilai tertinggi (maksimal)} = 5 \times n = 5 \times 100 = 500$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan diatas, maka diperoleh rentang skala sebesar 80, maka skala pada penelitian tingkat citra merek, *e-wom*, dan niat beli ulang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3. 3 Rentang Skala**

No	Rentang skala	Citra merek	<i>E-WOM</i>	Niat beli ulang
1	100 – 180	Sangat tidak suka	Sangat tidak sesuai	Sangat tidak Niat
2	181 – 260	Tidak suka	Tidak sesuai	Tidak niat
3	261 – 340	Cukup suka	Cukup sesuai	Cukup niat
4	341 – 420	Suka	Sesuai	Niat
5	421 – 500	Sangat suka	Sangat sesuai	Sangat niat

## 2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti

kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Menurut Sanusi (2011) koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien  $r^2$ .  $R$  hampir serupa dengan  $r$ , tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linear sederhana).  $R^2$  menjelaskan proporsi variasi dalam variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas secara bersama-sama. Sedangkan,  $r^2$  mengukur kebaikan-kebaikan sesuai dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh hanya satu variabel independen (X). Lebih lanjut,  $r$  nilainya dapat negatif dan positif. Sedangkan,  $R$  adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif.

### 3. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen) yang bertujuan untuk mengetahui variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan variabel independent dan variabel dependen (Ghozali, 2018).

Pada penelitian ini Analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) digunakan untuk menguji hipotesis ke 3 (H<sub>3</sub>) Model pengujian dalam persamaan

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 M_1 + \varepsilon$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 M_1 + \beta_3 X_1 * M_1 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Niat beli ulang

$\alpha$  = Konstanta

X = Citra merek

M = Electronic word of mouth

$\beta$  = Koefisien regresi

$\varepsilon$  = Error

Solimun (2017) mengelompokkan variabel moderasi ke dalam tiga kelompok sebagai berikut:

1. Variabel Moderasi Murni (Pure Moderarator)

Pure moderasi merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dimana variabel moderasi murni berinteraksi dengan variabel independen (X) tanpa variabel moderasi menjadi variabel independen (X).

2. Variabel Moderasi Semu (Quasi Moderarator)

Quasi moderasi merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel Independen (X) dan variabel dependen (Y) di mana variabel moderasi semu berinteraksi dengan variabel independen (X) sekaligus variabel moderasi menjadi variabel independen (X).

### 3. Variabel Moderasi Potensial (Homologiser moderator)

Homologiser moderasi merupakan variabel yang potensial menjadi variabel moderasi yang mempengaruhi kekuatan hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel ini tidak berinteraksi dengan variabel independen (X) dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen (Y).

### 4. Variabel Prediktor Moderasi (Predictor Moderator).

Predictor Moderasi merupakan variabel moderasi yang hanya berperan sebagai variabel independen (X) yang berhubungan variabel dependen (Y) tetapi tidak berinteraksi dengan variabel independen (X) dalam model hubungan yang dibentuk.

## **K. Uji Hipotesis**

### 1. Uji Parsial Uji t

Menurut Ghozali (2018) menyatakan uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas (independen) secara individual terhadap variabel terikat (dependen). Sebagai dasar pengambilan keputusan digunakan kriteria pengujian sebagai berikut

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $< \alpha$  (0.05), sehingga variabel bebas (independen) secara individual dapat berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen) ataupun  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

2) Apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  dan apabila tingkat signifikansi  $\geq \alpha$  (0,05), maka variabel bebas (independen) secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen) ataupun  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Rumus untuk menentukan  $t_{hitung}$  adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{sb}$$

Keterangan:

$b$  = koefisien regresi

$sb$  = standar eror

