

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Lokasi penelitian adalah lokasi atau sebuah obyek dilakukan untuk penelitian. Tempat penelitian ini diperuntukan untuk penggemar yang berada di Indonesia terutama yang berada di Malang yang dapat mudah diakses dan mudah untuk mendapatkan untuk menyebarkan kusioner. Pengambilan tempat penelitian ini untuk mengetahui keputusan penggemar terhadap keputusan untuk membeli album *empathy*.

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

Jenis Penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan data-data penelitian kuantitatif. Selain itu juga menggunakan Teknik pengumpulan data menjadi langkah paling utama dalam suatu penelitian. Data yang telah terkumpul akan diolah untuk dianalisis lebih jauh lagi untuk mendapatkan penyajian data dan melakukan analisis menggunakan aplikasi spss. Menurut sugiyono (2022) Metode kuantitatif melibatkan pengumpulan dan analisis data berbentuk angka untuk menarik kesimpulan yang mencakup desain penelitian kuantitatif, instrument pengumpulan data, analisis statistika dan validitas dan rehabilitas dengan tujuan penelitian kuantitatif.

#### **C. Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel**

a. populasi merupakan sebuah wilayah dan memiliki sebuah objek yang berwujud dan berkarakteristik yang diwujudkan oleh peneilti, agar peneliti dapat mengambil kesimpulan (sugiono, 2009). Lalu populasi yang ditetapkan pada

penelitian ini yaitu dengan meneliti yaitu dengan syarat membeli album secara fisik dengan jumlah yang tidak diketahui. Sehingga penelitian ini menentukan sampel berdasarkan teori Maholtra (2006) yang menjelaskan bahwa jumlah sampel didapatkan dengan cara mengalikan jumlah indikator. Pada penelitian ini terdapat 20 indikator dikalikan dengan 5 sehingga menghasilkan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

kriteria sampel pada penelitian sebagai berikut:

1. Pernah membeli album *empathy*
2. Berdomisili Malang

Dengan kriteria tersebut baru mencari responden untuk disebarikan kepada orang lain melalui media online seperti, whatsapp, Instagram, twitter.

b. Sampel yang digunakan yaitu responden penggemar D.O. dengan mendukung seperti membeli album secara fisik atau album digital dan jumlah data responden yang dibutuhkan untuk penelitian. Proses pemilihan sampel dalam penelitian melibatkan penggunaan berbagai teknik sampling. Sampel dan perhitungan responden dibawah 100 dengan perhitungan dan metode kuantitatif (Creswell ,2014). Peneliti dapat menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui pencarian responden yang memenuhi syarat yang ditetapkan teknik sampling yang pemilihan responden menggunakan Teknik Purposive Sampling yang Dimana responden dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

#### **D. Definisi Operasional Variabel**

Variabel independen merupakan faktor atau kondisi yang diasumsikan dapat mempengaruhi variabel dependen, variable independent menjadi sebab pemicunya perubahan pada variable dependen. Penelitian ini dapat ditentukan bahwa *E-wom* merupakan variable X1, kualitas produk variable X2 dan brand image variable X3. Variable dependen pada penelitian ini yaitu keputusan pelanggan (Y).

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Peneliti	Indikator
1.	<b><i>E-wom</i></b>	Electronic Word of Mouth (E-WOM) merupakan sebuah informasi atau rekomendasi tentang suatu produk, layanan, atau merek disebarkan secara elektronik melalui platform-platform online seperti media sosial, forum, blog, situs review, dan pesan teks atau email.  E-WOM mirip dengan <i>word of mouth (WOM)</i> tradisional, tetapi informasi atau rekomendasi tersebut	1. ulasan atau komentar 2. Jumlah follower 3. Konten 4. Interaksi atau Reaksi 5. Pengaruh influencer  Chevalier & Mayzlin, (2006).

		disebarkan melalui media digital	
2.	Kualitas produk	kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desain dan kemasan</li> <li>2. Kualitas bahan dan finishing</li> <li>3. Ketepatan pengiriman</li> <li>4. ketepatan informasi</li> <li>5. estetika produk</li> </ol> <p>orville, (2005)</p>
3.	<i>Brand image</i>	tanggapan konsumen akan suatu merek yang didasarkan atas baik dan buruknya merek yang diingat konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. keterlibatan penggemar dan komunitas</li> <li>2. kualitas music dan produksi</li> <li>3. eksklusif dan limited edition</li> <li>4. desain</li> <li>5. nilai berkelanjutan</li> </ol> <p>(Fournier,2009)</p>

4.	Keputusan pembelian	keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen memilih untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau layanan setelah melalui serangkaian tahap penelitian, evaluasi, dan pertimbangan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan produk</li> <li>2. Kepercayaan</li> <li>3. Identifikasi kebutuhan</li> <li>4. Faktor emosional</li> <li>5. promosi</li> </ol> <p>Kotler &amp; Amstrong (2016)</p>
----	---------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



### **E. Metode Pengumpulan Data**

Penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode yang berkaitan dengan analisis angka, dimana analisis yang digunakan menggunakan statistic, metode pengumpulan data dan juga menggunakan populasi dan sampel. Kumpulan subjek penelitian merupakan sebuah pengertian dari populasi. Sedangkan objek riset yang ada pada sebuah kajian yang dilakukan merupakan sebuah sampel. Penelitian kuantitatif sendiri merupakan sebuah kebalikan dari metode penelitian kualitatif dimana Penelitian ini sendiri banyak digunakan dalam ilmu alam dan sosial.

Arikunto (2016) menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang melakukan pendekatan dengan menggunakan angka-angka, mulai dari mengumpulkan data, menafsirkan data, hingga memaparkan hasil penelitian. Menurut sugiyono (2009) metode kuantitatif sendiri merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengambilan sampel dilakukan secara acak, lalu dianalisis secara kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode pengumpulan data yang digunakan:

- a. Metode angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

## F. Metode Analisis Data

Analisis pertama yang dilakukan yaitu dengan data yang telah ada dihitung frekuensi nilai dalam suatu variable, lalu menghitung nilai rata-rata data. Mengamati variasi nilai pada distribusi pada keseluruhan variable dari nilai tengahnya sehingga pada saat nanti dapat meninjau kembali data yang digunakan untuk penelitian dengan tujuan yang ada. Setelah tersebut dapat mengetahui pola pada kerangka kerja.

Validasi data harus mengetahui beberapa hal untuk lebih diperhatikan yaitu menyimpulkan pewawancara responden, kriteria responden, prosedur saat pengumpulan data dilakukan dengan benar, memastikan pewawancara menanyakan semua pertanyaan melalui kuesioner. Sehingga pada saat melakukan analisis untuk penelitian data yang didapat merupakan data yang valid untuk dijadikan bahan penelitian

Pengukuran variable penelitian Data yang dipakai yaitu menggunakan penyebaran kuesioner menggunakan data kuantitatif penyebaran kuesioner Data kuantitatif yang diolah untuk diproses pada rumus matematika. Untuk mendapatkan data yang diinginkan dengan data yang didapat dari kuesioner yang ada. Pengambilan data akan diambil dari pengguna penggemar yang membeli album atau streaming lagu *empathy* yang merupakan album mini pertamanya.

Kuesioner yang akan pernyataan untuk memilih dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju untuk mengetahui loyalitas penggemar tersebut apakah sesuai dengan kualitas album yang diberikan walaupun tanpa adanya sebuah promosi.

### 1. Uji instrumen

### **a. Uji validitas**

Uji Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2004:137)

Valid dan reliabel, dibandingkan dengan R Tabel Pada  $DF=N-2$  dan Probabilitas 0,05. nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel berdasarkan uji signifikan 0.05, artinya valid

### **b. Uji reliabilitas**

Reliability (reliabilitas) adalah instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Ghazali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variable, dan mengetahui sebaran tersebut berdistribusi normal atau sebaliknya.

### **b. Uji multikolinearitas**



Dengan dilaksanakan pengujian ini memiliki tujuan untuk melakukan evaluasi apakah ditemukannya korelasi antara dari variabel bebasnya (independen) pada model regresinya. Model regresi yang dianggap baik seharusnya tidak menunjukkan adanya hubungan atau korelasi yang signifikan dengan variabel bebasnya.

### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat ketidakseragaman varian di antara residual dari satu observasi terhadap observasi lainnya dalam model regresi, atau untuk memeriksa apakah ada pola penyebaran data yang tidak merata.

## **3. Teknik analisa data**

### **a. Analisis regresi linier berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis yang melibatkan variabel moderasi. Dalam analisis ini, peneliti akan mengevaluasi bagaimana variabel moderasi mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependennya. Pengujian dari regresi linier berganda terdiri dari beberapa bagian yang terdiri atas uji hipotesis, yakni penilaian koefisien determinasi (adjusted R<sup>2</sup>), serta pengujian t (parsial)

### **b. Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)**

Pengujian dari koefisien determinasinya bertujuan dalam rangka melakukan penilaian atas sejauh mana variasi dari variabelnya dependennya bisa diberikan penjelasan untuk variasi variabel independennya pada sebuah model regresi (Sugiyono, 2018).

#### 4. Uji hipotesis :

Uji hipotesis adalah langkah penting dalam analisis statistik yang digunakan untuk membuat inferensi tentang populasi berdasarkan sampel data yang dikumpulkan, Susunan pada hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$  atau  $H_a$ ). Hipotesis nol biasanya menyatakan tidak ada efek atau perbedaan, sementara hipotesis alternatif menyatakan adanya efek atau perbedaan yang signifikan, jika tingkat signifikansi ( $\alpha$ ), yang merupakan tingkat kesalahan yang dapat diterima, maka, nilai  $\alpha$  yang umum digunakan adalah 0.05

##### **Uji Hipotesis Meliputi Uji T Dan Uji F**

##### **a. Uji T Dan Uji F**

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi masing-masing koefisien regresi (variabel independen). Uji F digunakan untuk menguji signifikansi keseluruhan model regresi, yaitu apakah setidaknya satu variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji F juga digunakan untuk membandingkan model regresi dengan model nol yang tidak memiliki variabel independent. Uji F digunakan untuk menguji signifikansi keseluruhan model regresi.