

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif pendekatan penelitian yang bersifat objektif mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik. Penelitian Kuantitatif terdiri dari dua jenis yaitu Survei dan Eksperimen (Hermawan & Yusran, 2017). Hal tersebut berdasarkan penelitian yang berjudul “Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Diskon, dan Iklan media social terhadap Keputusan Pembelian produk variasi motor Victory One Racing di Kota Surabaya”

3.2 Lokasi dan Rencana Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada responden penelitian yaitu konsumen yang pernah menggunakan/membeli produk victory di Kota Surabaya. Pelaksanaan penelitian lapangan yaitu dengan menyebarkan kuisioner yang rencananya akan dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2021. Sedangkan untuk penelitian secara keseluruhan mulai dari penulisan proposal hingga penyusunan skripsi yaitu dari bulan maret – juli tahun 2021.

Tabel 3. 1 Agenda Tugas Akhir

Agenda	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul dan Dosen Pembimbing																				
Observasi Objek Penelitian																				
Observasi Fenomena Bisnis																				
Menentukan masalah																				

kesimpulan bahwa populasi adalah keseluruhan objek yang memiliki karakteristik tertentu berdasarkan wilayah yang ditentukan oleh peneliti.

Populasi pada penelitian ini yaitu kustomer yang pernah menggunakan produk victory di Kota Surabaya.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sumargo, 2020) sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih sedemikian rupa sehingga hasilnya dapat menyimpulkan populasi atau dirinya sendiri (kasus).

Jenis pengambilan sampel non probability sampling dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Purposive sampling memilih anggota sampel dari populasi ditentukan oleh peneliti semata (Sumargo, 2020 : 20).

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Chocran. Karena jumlah populasi yang tidak diketahui, maka Teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan rumus Chocran dalam (Sugiyono, 2017).

Dimana:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z^2 = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel

p = Peluang Benar (1-p)

q = Peluang salah (1-q)

e^2 = Margin of Error, peneliti mengambil kesalahan 10%

Dalam penelitian ini, tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95%, dengan nilai Z^2 adalah 1,96 dan margin of error sebesar 10% dan peluang salah dan benar diasumsikan sebesar 50%. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$
$$n = 96,04$$

96,04 >> Di bulatkan menjadi 97

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah 97 responden.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan terikat. Menurut (Sugiyono, 2013)“Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Variabel bebas dalam penelitian ini dilambangkan dengan Huruf X, dan variabel terikat dilambangkan dengan Huruf Y. Adapun variabel pada penelitian ini yaitu : E-WoM (X1), Diskon (X2), Iklan medsos (X3) dan Keputusan Pembelian (Y).

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam varabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi 2, yaitu independen dan dependen (Indra & Cahyaningrum, 2019).

a. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel

bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).

b. Variabel Dependen

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

3.5 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini ada data kuantitatif, hal ini dikarenakan dalam pengumpulan datanya dikumpulkan dengan menggunakan angket atau kuesioner yang akan diberikan kepada sampel penelitian. Menurut (Siyoto & Sodik, 2015) Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka / bilangan yang dapat diolah / dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika

Dalam terminologi penelitian ilmiah, pengertian data mengacu pada seperangkat nilai yang melekat pada variabel-variabel penelitian. Data diperoleh melalui serangkaian proses pengumpulan data dengan menggunakan alat tertentu (Suryadi et al., 2019). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data kuantitatif dimana merupakan data yang diungkapkan secara numerik atau dengan menggunakan lambang bilangan tertentu (Suryadi et al., 2019 : 168-169).

3.5.2 Sumber Data

Menurut (Suryadi et al., 2019 : 171) Berdasarkan cara pemerolehaannya atau sumber datanya, data penelitian dibedakan atas :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian.

2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh bukan dari objek penelitian, melainkan dari sumber lain yang turut menginformasinya.

3.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan pekerjaan terpenting dalam aktivitas penelitian, sehingga perlu menyusun instrumen penelitian secara serius dan tidak memasukkan unsur subjektif peneliti (Siyoto & Sodik, 2015). Pada penelitian ini, data dikumpulkan dengan tehknik penyebaran angket atau kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2013)“Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Sedangkan menurut (Siyoto & Sodik, 2015)“Bentuk lembaran angket dapat berupa sejumlah pertanyaan tertulis, tujuannya untuk memperoleh informasi dari responden tentang apa yang ia alami dan ketahuinya”.

Pada penelitian ini, ada beberapa data yang dibutuhkan oleh peneliti dari responden yaitu:

1. Profil diri (meliputi nama, jenis kelamin, usia)
2. Data dari jawaban atas kuesioner yang diisi oleh responden.

3.6 Definisi Operasional PRO PATRIA

Definisi operasional penelitian merupakan pedoman terkait dengan pengukuran variabel (Siyoto & Sodik, 2015). Sehingga peneliti dapat memperoleh gambaran tentang bagaimana variabel dalam penelitiannya diterapkan pada penelitiannya. Definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2
Definisi Opersional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Electronic word of mouth (x1)	E-WOM dapat di definisikan sebagai pemasaran dari <i>netizen</i> ke <i>netizen</i> lainnya yang bentuk pesannya bersifat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intensitas 2. Pendapat baik 3. Pendapat Negatif 4. Konten 	likert

	<p>rekomendasi. Rekomendasi dari <i>netizen</i> lain biasanya dianggap lebih dipercaya dari pada kegiatan promosi yang berasal dari perusahaan dan dapat mempengaruhi keputusan <i>netizen</i> lain untuk membeli atau tidak membeli (Sukoco, 2018 : 163).</p>		
Diskon (x2)	<p>Menurut (P Kotler & Keller, 2012) menjelaskan diskon merupakan pemberian yang dilakukan perusahaan untuk pembayaran lebih cepat</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Besarnya potongan harga 2. Masa potongan harga 3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga 	likert
Iklan medsos (x3)	<p>Menurut (Philip Kotler, 2010) Iklan sebagai bentuk penyajian non personal, promosi ide-ide, promosi barang produk atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu yang di bayar.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penemuan informasi tentang produk atau perusahaan dari berbagai media mudah. 2. Design media yang di gunakan menarik 3. Informasi yang di lakukan dalam berbagai media jelas. 4. Pesan yang terkandung dalam berbagai 	likert

		media dapat di percaya.	
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen melewati lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu (P Kotler & Keller, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi 4. Melakukan pembelian ulang 	likert

3.7 Jenis Skala Pengukuran

Menurut (Sugiyono, 2013) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran Skala Likert di jelaskan sebaagai berikut :

Tabel 3. 3
Skala Pengukuran (Likert)

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Setuju Cukup (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju(SS)

3.8 Teknik Analisi Data

(Sugiyono, 2013), mengatakan Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah:

Mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, membuat tabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Dalam melakukan analisis data menggunakan langkah – langkah sebagai berikut :

3.8.1 Uji Validitas dan Reabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas atau tidak validitas nya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (I Ghozali, 2013)

Apabila r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen / butir-butir pertanyaan dianggap berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dianggap valid. Namun jika r hitung $< r$ tabel maka korelasi dianggap rendah atau tidak valid (Marzuki & Rahayu, 2020)

2) Uji Reabilitas

Reabilitas (keandalan) itu adalah ukuran suatu stabilitas dan konsistensi dari responden ketika menjawab hal yang berkaitan dengan konstruksi pertanyaan, yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner.

Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersamaan terhadap seluruh pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaiknya uji reabilitas dilakukan pada suatu variabel pada lembar kerja yang berbedaa sehingga dapat diketahui konstruksi vriabel mana yang tidak reliabel. Reabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $>$ dari 0,60 (Nugroho, 2005).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dapat dilakukan agar model regresi yang digunakan dapat memberikan hasil yang representatif

1) Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Putri, 2020).

2) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan salah satu pengujian dari uji asumsi klasik yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengidentifikasi suatu model regresi yang dapat dikatakan baik atau tidak. Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolinieritas). Untuk mengetahui ada atau tidak multikolinieritas, mengacu pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 (Ghozali, 2013:106).

3) Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisisnya adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013:139).

3.8.3 Uji Hipotesis

1) Uji - t (Parsial)

Uji - t adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis nol. Uji - t merupakan statistik uji yang sering kali ditemui dalam masalah-masalah praktis statistika. Uji - t merupakan golongan statistika parametrik. Statistik uji ini digunakan dalam pengujian hipotesis. Uji - t digunakan ketika informasi mengenai nilai simpangan baku populasi tidak diketahui (Payadnya & Jayantika, 2018).

2) Uji F (Simultan)

Uji F disebut juga dengan uji ANOVA, yaitu Analysis of Variance. Kegunaan uji f hampir sama dengan uji t, yaitu untuk menganalisis ada tidaknya perbedaan rata-rata atau nilai tengah. Namun perbedaannya hanya pada kelompok datanya, dimana uji f kelompok data yang diuji dapat lebih dari dua kelompok (Baroroh, 2008).

3.8.4 Analisis Regresi Berganda

Regresi bertujuan untuk menguji hubungan pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lain (Nugroho, 2005). Analisis Regresi Linear Berganda Metode analisis regresi berganda yang digunakan oleh peneliti adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel independen yang jumlahnya dua atau lebih. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk memperoleh hasil yang lebih terarah, peneliti menggunakan bantuan SPSS 19. Adapun model persamaan yang digunakan yaitu:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

α = Konstanta

Y = Keputusan pembelian

X_1 = Electronic Word Of mouth

X_2 = Diskon

X_3 = Iklan medsos

b_1, b_2, b_3 = koefisien parameter pengaruh variabel x

e = standar error

3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai (R^2) yang kecil berarti bahwa pada kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar dalam penggunaan koefisien determinasi adalah jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Setiap penambahan 1 variabel independen, maka (R^2) pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen. Oleh karena itu, banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted (R^2) pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti nilai (R^2). Nilai Adjusted (R^2) dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambah ke dalam model (Ghozali, 2013)