

di Bandar Lampung. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

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

Sumber: Lupiyoadi (2015)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Musik Spotify di Bandar Lampung

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa Sampel adalah sebagian dari populasi yang sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian pengguna aplikasi Musik Spotify di Bandar Lampung. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Berusia lebih dari 11 tahun
2. Pengguna aplikasi Musik Spotify
3. Bertempat tinggal di Bandar Lampung

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \left[\frac{Z^2}{4 (\text{Moe})^2} \right]$$

Keterangan:

n = Banyak Sampel

Z = Tingkat Keyakinan Penentuan Sampel (95% =1,96)

Moe= Margin Of Error

Dengan Moe 10%, Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang harus diambil adalah:

$$n = \left[\frac{1,96^2}{4 (0,10)^2} \right]$$
$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan dihasilkan nilai 96,04, maka dapat disimpulkan minimal responden yang harus dipakai pada penelitian ini adalah berjumlah 96 dibulatkan menjadi 100 responden

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah *electronic word of mouth* dan *brand image*

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan penggunaan

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Oprasional	Indikator	Skala
<i>Electronic Word of Mouth</i> (X1)	Aynie, Hurriyati, dan Dirgantari (2021) menyatakan bahwa <i>electronic word of mouth</i> adalah pernyataan negatif atau positif yang dibuat oleh konsumen aktual, potensial, atau konsumen sebelumnya mengenai produk atau perusahaan dimana informasi ini tersedia bagi orang-orang atau pun institusi melalui via media internet	Pernyataan negatif atau positif konsumen pada sebuah aplikasi melalui media internet	1. <i>Intensity</i> 2. <i>Valenca Of Opinion</i> 3. <i>Conten</i> Sumber: Aynie, Hurriyati, dan Dirgantari (2021)	Likert
<i>Brand Image</i> (X2)	Wardani dan Dewi (2021) menyatakan bahwa <i>brand image</i> adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap sebuah merek	Persepi konsumen mengenai citra sebuah aplikasi	1. <i>Strength.</i> 2. <i>Uniqueness</i> 3. <i>Favorability</i> Sumber: Wardani dan Dewi (2021)	Likert

Keputusan Penggunaan (Y)	Muharam dan Soliha (2017) menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan menggunakan, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan	Keputusan konsumen dalam memilih sebuah aplikasi diantara beberapa alternatif pilihan	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Saluran 4. Pilihan Waktu 5. Jumlah Pembelian Sumber: Muharam dan Soliha (2017)	Likert
--------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------

Sumber : *Data Diolah, 2022*

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji validitas adalah uji kelayakan instrumen, dalam pengujian validitas instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Instrument dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \geq dari 95% atau $\alpha = 0,05$.

1. Prosedur pengujian :

Ho : Instrumen valid

Ha : Instrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka Instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka Instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode *alpha cronbach* dan penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Lupiyoadi (2015)

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

H₁ : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila $\text{Sig} < 0.05$ maka H_0 ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila $\text{Sig} > 0.05$ maka H_0 diterima (distribusi sampel normal)

3.8.2 Uji Linieritas Sampel

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS, dengan melihat tabel Anova atau sering disebut *Test for Linearity*. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

H_0 = Model regresi berbentuk linear.

H_1 = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima.

Jika probabilitas (Sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Ada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Batas dari *tolerance value* $> 0,1$ atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas

2. Jika nilai $\text{tolerance} < 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai $\text{tolerance} > 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas

3. Penjelasan kesimpulan

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen yaitu *electronic word of mouth* dan *brand image* yang mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan penggunaan maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut : $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_t$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Keputusan Penggunaan)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

β = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1 = Variabel independen (*Electronic word of mouth*)

X2 = Variabel independen (*Brand image*)

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

1. Pengaruh *Electronic word of mouth* Keputusan Penggunaan

Ho: *Electronic word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Musik Spotify di Bandar Lampung.

Ha: *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Musik Spotify di Bandar Lampung.

2. Pengaruh *Brand image* Terhadap Keputusan Penggunaan

Ho: *Brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Musik Spotify di Bandar Lampung.

Ha: *Brand image* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Musik Spotify di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
2. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

3.10.2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Pengaruh *Electronic word of mouth* Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Penggunaan

H_0 : *Electronic word of mouth* dan *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Musik Spotify di Bandar Lampung

H_a : *Electronic word of mouth* dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Musik Spotify di Bandar Lampung

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
2. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.