

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan analisis dengan teknik statistik. Jenis penelitian ini adalah jenis asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui antara dua variabel atau lebih dan penelitian ini memiliki hubungan kausal. Penelitian kausal yaitu penelitian yang meneliti hubungan sebab-akibat antar dua variabel atau lebih. Penelitian kausal menjelaskan tentang pengaruh perubahan variasi nilai dalam suatu variabel terhadap perubahan variabel lain. Dalam penelitian kausal, variabel independen sebagai variabel sebab dan variabel dependen sebagai variabel akibat (Silalahi, 2009).

#### **3.2 Sumber Data**

Data-data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

##### **3.2.1 Data primer**

Data primer adalah data langsung yang diperoleh langsung oleh peneliti lapangan hal ini berupa jawaban kuesioner penelitian yang diberikan kepada pengguna *smartphone* Infinix. untuk menyaring dan mengetahui data yang diambil dari variabel *electronik word of mouth* dan atribut produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Infinix.

##### **3.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data tambahan yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti. Data sekunder ini diperoleh dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, internet, dan berbagai data lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014) pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari segi cara dan teknik, Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan wawancara dan kuesioner. Dalam kuesioner untuk menjawab pertanyaan setiap item instrumen, penelitian ini menggunakan skala Likert. Model skala ini sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Skala Likert**

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	SS	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah pengguna *smartphone* Infinix.

#### 3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi dengan meneliti sebagian dari populasi. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling*. Pada teknik ini peneliti menggunakan sample purposif atau sampel bertujuan secara subyektif. Penggunaan sample ini bertujuan agar peneliti memperoleh informasi dari suatu kelompok tertentu yang dapat

memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. Pada penelitian ini sampel yang dituju yaitu konsumen yang menggunakan *smartphone* Infinix.

Menentukan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini mengacu pada pendapat (Hair et al., 2010) mengemukakan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator dikalikan 5 atau 10 kali dari jumlah indikator. Dengan ukuran sampel yang sesuai berkisar 100-200 responden. Pada penelitian ini terdapat 13 indikator maka 13 dikalikan dengan angka 10 yaitu sebanyak 130 responden dengan kriteria sebagai berikut :

**Tabel 3.2 Kriteria Sampel**

No	Kriteria sampel
1	Pengguna <i>smartphone</i> Infinix
2	Usia minimal 17 tahun

### 3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian dibedakan menjadi variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Pada penelitian ini, maka variabel independen atau variabel adalah *electronic word of mouth* (X1) dan atribut produk (X2). Dan variabel dependen atau variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu bentuk susunan mengenai konsep, variabel, indikator dan item-item yang akan dijadikan pertanyaan-pertanyaan

untuk memperoleh data yang akan diteliti lebih lanjut. Adapun definisi operasional dari variabel yang diteliti sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi konsep</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala pengukuran</b>
<i>Electronic word of mouth</i> (E-WOM)	<i>Electronic word of mouth</i> yaitu komunikasi sosial berbasis internet dimana antar pengguna web dapat saling mengirimkan maupun menerima informasi yang berhubungan dengan produk secara online. Goldsmith (2008)	<i>electronic word of mouth</i> (E-WOM) merupakan salah satu komunikasi pemasaran yang berisi ulasan online yang ditulis oleh konsumen yang berisi ulasan positif dan negatif tentang suatu produk dan tersedia pada media internet.	1. Intensitas 2. Konten 3. Pendapat positif 4. Pendapat negatif. Goyette et al., (2010)	Likert
Atribut Produk	Atribut produk adalah unsur-	Atribut produk adalah	1. Kualitas produk	Likert

	unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Tjiptono (2013)	serangkaian alat-alat yang terdapat dalam suatu produk yang dipandang penting oleh konsumen.	2. Fitur Produk 3.Desain Produk Kotler dan Amstrong (2012)	
Keputusan pembelian	Keputusan pembelian adalah kegiatan atau perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek. Thomson (2013)	Keputusan pembelian merupakan proses psikologi dasar memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian.	1. Pemilihan produk 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan saluran pembelian 4. Penentuan waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembayaran Kotler dan Keller (2016)	Likert

Sumber : Hasil olah data tahun 2022

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan hal menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkolerasikan skor item dengan total item-item tersebut. Dalam pengujian validitas, instrumen diuji dengan menghitung koefisien kolerasi antara skor item dan skot totalnya dalam taraf signifikan 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Instrumen dikatakan valid jika memiliki nilai signifikansi kolerasi kurang dari 95% atau  $\alpha = 0,05$ .

Prosedur pengujian :

1. Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen valid  
Bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tidak valid.
2. Bila probabilitas ( $sig$ )  $< \alpha$  maka instrumen valid  
Bila probabilitas ( $sig$ )  $> \alpha$  maka instrumen tidak valid.
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).
4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan probabilitas ( $sig$ ) dengan  $\alpha$  maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Untuk mengukur tingkat reliabilitas kuisisioner digunakan rumus Cronbach Alpha 0,05, untuk mengintreroretasikan dengan menggunakan tabel intepretasi  $r$ , untuk menyimpulkan alat bantu yang digunakan cukup reliabel.

**Tabel 3.4 Intepretasi Nilai R**

<b>Nilai Kolerasi</b>	<b>Keterangan</b>
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: Sugiyono 2016

Prosedur pengujian :

1. Kriteria pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan Tabel 3.4 Intepretasi Nilai R.
2. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)

### **3.8 Uji Persyaratan Analisis Data**

#### **3.8.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang diperoleh dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya. Uji normalitas sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *Non parametic one sampel Kolmogorov Smirnov (KS)* dengan memasukan nilai *unstandardized residual* pada kotak variabel list.

Prosedur pengujian :

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

H1 : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

Kriteria pengambilam keputusan :

Apabila  $Sig < 0.05$  maka Ho ditolak (distribusi sample tidak normal)

Apabila  $Sig > 0.05$  maka  $H_0$  diterima (distribusi sample normal).

Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)

### **3.8.2 Uji Homogenitas**

Uji homogenitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah kedua kelas mempunyai varians (keragaman) yang tidak jauh berbeda. Jika kedua kelas mempunyai varians yang tidak jauh berbeda (sama) maka kedua kelas dikatakan homogen, demikian pula sebaliknya.

Prosedur pengujian :

$H_0$  : Varians homogen

$H_1$  : Varians tidak homogen

Kriteria pengambilan keputusan :

Apabila  $(Sig) > 0,05$  maka  $H_0$  Diterima (Varians homogen)

Apabila  $(Sig) < 0,05$  maka  $H_0$  Ditolak (Varians tidak homogen)

Pengujian homogenitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)

### **3.8.3 Uji Linieritas**

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linier yang termasuk dalam hipotesis asosiasif. Bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul “korelasi antara”, “Hubungan antara”, dan “Pengaruh antara”, uji linieritas ini harus dilalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel

dikatakan mampu mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

1. Prosedur Pengujian :

Ho = Model regresi berbentuk linear.

H1 = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan :

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

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka Ho ditolak.

3. Pengujian linieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)

### **3.9 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.9.1 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya kolerasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung multikolinieritas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari Tolerance Value atau Varian Inflation Faktor (VIF). Batas dari Tolerance Value > 0,1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Prosedur Pengujian:

1. Jika nilai VIF > 10 maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai VIF < 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas

2. Jika nilai tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas

3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)

4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan nilai probabilitas ( $\text{sig}$ ) > 0,1 maka variabel X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

### **3.9.2 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terkait yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ). Dasarnya analisis adalah (Ghozali, 2013)

1) Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2) Apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **3.9.3 Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi adalah bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  atau sebelumnya (Imam Ghozali, 2013). Menguji apakah dalam sebuah regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan pada problem autokorelasi. Biasanya hal ini terjadi pada regresi yang datanya adalah time series atau berdasarkan waktu berbeda.

Metode Durbin Watson Test hanya digunakan untuk autokolerasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta). Metode Durbin Watson ini mengansumsikan adanya *first order autoregressive* AR (1) dalam model. Dasar pengambilan keputusan uji autokolerasi :

Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokolerasi.
2. Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokolerasi.
3. Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti

### 3.10 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini dapat digunakan untuk mrngetahui seberapa besar pengaruh variabel (Y) terdapat dua atau lebih variabel (X). Analisis digunakan juga meramalkan nilai pengaruh tiga variabel bebas terhadap variabel terikat.

Secara umum model regresi linier berganda untuk populasi adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y : Keputusan pembelian

a : Konstanta

$b_1$  : Koefisien regresi untuk variabel *electronic word of mouth* (E-WOM)

$b_2$  : Koefisien regresi untuk variabel atribut produk

X1 : *Electronic word of mouth* (E-WOM)

X2 : Atribut produk

### 3.11 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan alat uji :

#### 3.11.1 Uji t

Uji t digunakan Untuk memperoleh pengaruh variabel independent (X) terhadap variable dependent (Y). Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a) Jika nilai t hitung  $>$  t tabel maka  $H_0$  ditolak
- b) Jika nilai t hitung  $<$  t tabel maka  $H_0$  diterima
- c) Jika nilai sig  $<$  0,05 maka  $H_0$  ditolak
- d) Jika nilai sig  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima

Hipotesis yang dipakai adalah :

1. *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap keputusan pembelian.

$H_0$  : Tidak ada pengaruh *electronic word of mouth* (E-WOM) (X1) terhadap keputusan pembelian *smartphone* Infinix.

$H_a$  : Terdapat pengaruh *electronic word of mouth* (E-WOM) (X1) terhadap keputusan pembelian *smartphone* Infinix.

2. Atribut produk terhadap keputusan pembelian

$H_0$  : Tidak ada pengaruh atribut produk (X2) terhadap keputusan pembelian *smartphone* Infinix.

$H_a$  : Terdapat pengaruh atribut produk (X2) terhadap keputusan pembelian *smartphone* Infinix.

3. *Electronic word of mouth* (E-WOM) (X1) dan atribut produk (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Infinix.

$H_0$  : Tidak ada pengaruh antara *electronic word of mouth* (E-WOM) (X1) dan atribut produk (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Infinix.

$H_a$  : Terdapat pengaruh antara *electronic word of mouth* (E-WOM) (X1) dan atribut produk (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Infinix.

### 3.11.2 Uji F

Uji regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini, maka uji hipotesis ditentukan dengan menggunakan Uji F. Pengujian ini dilakukan dengan menentukan signifikansi pengaruh-pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Pengujian ini akan membandingkan nilai signifikan dari hasil pengujian data dengan membandingkan nilai signifikan yang telah ditetapkan.

$H_0$  : *Electronic word of mouth* (E-WOM) ( $X_1$ ), atribut produk ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Infinix.

$H_a$  : *Electronic word of mouth* (E-WOM) ( $X_1$ ), atribut produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Infinix.

Kriteria pengujian dilakuan dengan cara : Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- c) Jika nilai  $sig < \alpha$   $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima
- d) Jika nilai  $sig > \alpha$   $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak