



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian dengan judul *electronic word of mouth Terhadap Purchase Decision* Pelanggan Ride NJS ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Martono dalam Sudaryono (2019, p. 98) penelitian kuantitatif berusaha menggambarkan atau menjelaskan hubungan antar fenomena yang terjadi di lingkup masyarakat, Sugiyono (2014, p. 14) menjelaskan kegunaan penelitian kuantitatif dilakukan untuk menjawab suatu masalah dengan meneliti sampel dari suatu populasi, memfokuskan terhadap keluasan informasi (bukan kedalaman) sehingga bisa mengambil kesimpulan penelitian. dasar penelitian dengan pendekatan kuantitatif terletak pada jumlah atau kuantitas suatu fenomena yang terjadi.

Penelitian ini bersifat eksplanatif karena bertujuan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Sudaryono, 2019, p. 89). Menurut Kriyantono (2020, p. 63) strategi eksplanatif atau dikenal dengan strategi riset korelasional dan komparatif karena setiap variabel dalam penelitian dihubungkan untuk memperoleh gambaran hubungan dan pengaruh yang ditunjukkan antar variabel.

Bungin (2017, p. 39) menjelaskan bahwa paradigma kuantitatif-positivisme banyak digunakan dalam berbagai ilmu sosial sebagai paradigma yang dapat sangat berpengaruh sehingga inti dari paradigma penelitian kuantitatif tidak lepas dari gagasan dan pemikiran positivisme. Mengenai hal tersebut, paradigma positivisme dijadikan dasar pemikiran pada penelitian ini.

3.2 Metode penelitian

Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan teknik survei. Menurut Kriyantono (2020, p. 149) survei merupakan metode riset yang melakukan pengumpulan data dengan menyebar kuesioner kepada beberapa

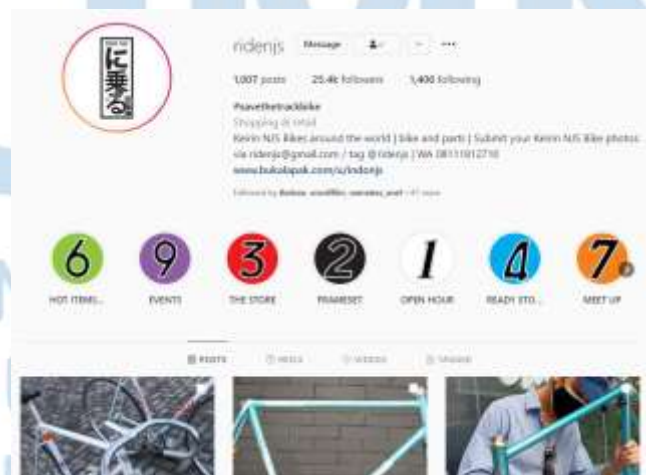
responden yang dijadikan sampel dari suatu populasi. Penelitian ini lebih jelasnya akan menggunakan metode survei eksplanatif (analitik) yang bersifat asosiatif. Metode survei eksplanatif berguna untuk mengetahui situasi tertentu bisa terjadi sedangkan sifat asosiatif bermaksud untuk menjelaskan hubungan korelasi antar variabel.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014, p. 80), populasi adalah generalisasi suatu wilayah yang tersusun dari objek maupun subjek dengan sifat tertentu yang dipilih untuk dianalisa dan ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya sekedar manusia saja, melainkan bisa berupa benda alam dengan kualitas dan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah akun Instagram @ridenjs dengan banyak *followers* 25.500 pengikut (November, 2021). *Followers* akun Instagram @ridenjs diasumsikan telah mengetahui adanya produk penjualan sepeda yang sering dipublikasikan juga pada akun Instagram tersebut. Pemilihan followers Instagram @ridenjs sebagai populasi dari penelitian ini karena sesuai dengan karakteristik objek yang diteliti.

Gambar 3. 1 Akun Instagram @ridenjs



Sumber: [instagram.com/ridenjs](https://www.instagram.com/ridenjs), 2021

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang hendak diteliti (Sudaryono, 2019, p. 175). Metode sampling menggunakan Teknik *purposive sampling*. Pada teknik ini, sampel harus mampu merepresentasikan keseluruhan populasi dalam kasus yang sedang diteliti (Neuman, 2013, p. 169).

Populasi yang telah ditentukan dalam penelitian ini adalah followers akun Instagram @ridenjs. Penelitian ini ingin meneliti tentang E-WOM yang terdapat pada Instagram terhadap *Purchase Decision* Pelanggan Ride NJS. Oleh karena itu, kriteria sebagai responden pada penelitian ini yaitu:

1. Responden merupakan followers akun Instagram @ridenjs
2. Mengetahui produk dari Ride NJS
3. Pernah membeli produk di Ride NJS

Sampel dengan kriteria tersebut dipilih karena ingin mengetahui dan seberapa besar pengaruh yang bisa dilakukan E-WOM terhadap keputusan pembelian. walaupun setelah melakukan pembelian suatu barang merupakan tahap akhir sebuah proses jual beli, tapi faktor yang membuat seseorang melakukan pembelian disebabkan banyak faktor, aktivitas di Instagram Ride NJS dalam melakukan pemasaran adalah media utama mereka, dengan *engagemtn rate* yang paling tinggi dari para kompetitor, membuat efektifitas E-WOM ingin di lihat dalam proses keputusan pembelian pelanggan Ride NJS.

Penarikan jumlah sampel ditentukan melalui pendekatan yang dikembangkan oleh Maholtra seperti yang tertera dalam tabel berikut ini:

Gambar 3. 2 Penentuan Jumlah Sampel Menurut Maholtra

<i>Type of study</i>	<i>Minimum size</i>	<i>Typical Range</i>
<i>Problem identification</i>	500	1.000 – 2.500 <i>research (e.g. market potensial)</i>
<i>Problem-solving research</i>	200	300-500 <i>(e.g. pricing)</i>
<i>Product tests</i>	200	300-500
<i>Test marketing studies</i>	200	300-500
<i>TV, radio, print or online advertising</i>	150	200-300 <i>(per advertisement tested)</i>
<i>Test-market audits</i>	10 stores	10-20 <i>stores</i>
<i>Focus groups</i>	6 groups	6-12 <i>groups</i>

Sumber: Maholtra, Nunan & Birks (2017, p. 418)

Malhotra, Nunan & Birks (2017, p. 418) memberikan gambaran mengenai ukuran sampel yang dapat digunakan dalam studi riset pemasaran yang berbeda tergantung pada jenis penelitian yang dilakukan melalui tabel di atas . penelitian berbasis *marketing (media online)* atau pemasaran dengan range sebanyak 300-500 sampel, Sehingga penelitian ini menggunakan 300 responden.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

variabel	dimensi	indikator	pernyataan
Electronic Word of Mouth (E-WOM) li, Wu, & Chen (2013) (x)	<i>E-WOM Quality</i>	helpful	Komentar yang terdapat pada akun Instagram @ridenjs bermanfaat dan berguna bagi saya dalam memahami produk Ride NJS
		relevant	Komentar yang terdapat pada akun Instagram @ridenjs memberi pesan yang relevan dengan produk Ride NJS
		Accuracy.	Komentar yang terdapat pada akun Instagram @ridenjs memberi pesan yang akurat

			mengenai produk di Instagram Ride NJS
		solution	Komentar yang terdapat pada akun Instagram @ridenjs dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pemilihan produk di Instagram Ride NJS
E-WOM Quantity		Number of comment	Terdapat banyak komentar yang disampaikan audiens terhadap produk di akun Instagram @ridenjs
		Interaction	Terdapat banyak interaksi antar audiens di kolom komentar terhadap produk akun Instagram @ridenjs
		Number of Rate	Terdapat banyak <i>likes</i> di setiap konten akun Instagram @ridenjs
Sender's Expertise		Experienced	Terdapat komentar dari orang-orang yang memiliki pengalaman pribadi terhadap produk yang di jual di Instagram @ridenjs
		Have abundant knowledge toward the product	Terdapat komentar dari orang-orang yang memahami sepeda dengan baik (ahli dibidang sepeda) terhadap produk yang dijual di Instagram @ridenjs
		Some things had not considered	Terdapat komentar dari orang-orang dalam memberikan gambaran baru yang belum terpikirkan terhadap produk yang dijual di Instagram @ridenjs
Keputusan Pembelian Kotler &	Pilihan Produk	Keunggulan produk	Produk Ride NJS merupakan produk yang memiliki kualitas sangat baik.

Amstrong (2018, p. 159 (Y))		Manfaat produk	Produk Ride NJS dapat menjadi solusi permasalahan pencarian sepeda Fixie maupun aksesoris sepeda.
		Pemilihan produk	Saya membeli produk Ride NJS karena memiliki kualitas sangat baik.
	Pilihan Merek	Ketertarikan pada merek	1. Produk Ride NJS memiliki citra yang positif sehingga menarik untuk saya beli
			2. Saya membeli Produk Ride NJS karena populer atau banyak diperbincangkan oleh masyarakat.
		Kebiasaan Merek	Saya selalu mengingat Ride NJS ketika ingin membeli produk sepeda Fixie.
		Kesesuaian harga	Saya membeli produk Ride NJS karena harganya yang <i>affordable</i> .
	Pilihan Saluran Pembelian	Pelayanan yang diberikan	Ride NJS memberikan pelayanan yang menyenangkan kepada Para pembeli
		Kemudahan yang diperoleh	Ride NJS memberikan banyak opsi cara pembayaran yang sangat memudahkan pembeli
		Persediaan barang	Ride NJS memiliki persediaan Produk sepeda yang dapat memenuhi kebutuhan saya.
	Waktu Pembelian	Kesesuaian dengan kebutuhan	Saya membeli produk Ride NJS pada saat saya membutuhkannya
Jumlah Pembelian	Keputusan jumlah pembelian	Saya membeli produk Ride NJS dengan jumlah sesuai dengan kebutuhan saya.	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data primer

Data primer yang terdapat dalam suatu penelitian adalah sumber utama data secara langsung yang diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2013). Pengumpulan data dengan menggunakan penelitian kuantitatif bisa dilakukan melalui beberapa cara seperti kuesioner (angket), wawancara, observasi, maupun menggabungkan ketiganya (Sugiyono, 2014, p. 137).

Pada penelitian ini, pengumpulan dapat dilakukan dengan memakai kuesioner (angket). Kuesioner atau angket merupakan salah satu cara pengumpulan data melalui beberapa pertanyaan atau pernyataan yang disuguhkan kepada responden. Responden merupakan orang yang memberikan jawaban terhadap pertanyaan atau pernyataan sebuah kuesioner yang diberikan (Raihan, 2017, p. 104).

Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner akan menjadi sangat efisien jika peneliti bisa memahami variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian dengan baik (Sugiyono, 2014, p. 142). Teknik pengumpulan data ini dipilih dikarenakan peneliti sudah memahami variabel-variabel yang ingin diukur melalui pernyataan yang diajukan kepada responden.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diberikan secara tidak langsung dalam pengumpulan data (Sugiyono, 2014, p. 137). Data sekunder didapat dari sumber yang tidak langsung, seperti data yang telah didokumentasikan (Raihan, 2017, p. 81). Data sekunder yang dijadikan pendukung dalam menyusun penelitian ini, data sekunder yang digunakan mencakup buku, jurnal ilmiah, artikel, *e-book*, dan sebagainya dengan tujuan mendapatkan informasi lain yang berkaitan dengan penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengukuran hasil pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan teknik pengukuran yang bisa digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi individu atau kelompok individu terhadap suatu kejadian tertentu (Sugiyono, 2014, p. 93). Dalam implementasinya, skala *likert* membutuhkan minimal dua kategori seperti setuju dan tidak setuju. Pada kenyataannya, akan lebih baik bila menggunakan empat sampai delapan kategori (Neuman, 2013, p. 155).

Tabel 3. 2 Skala Likert

Penilaian	Skor Bobot (+)
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

Agar mendapatkan hasil yang diinginkan, alat ukur atau instrumen harus dapat memenuhi 2 uji, yaitu uji validitas dan reliabilitas.

3.6.1 Uji Validitas

Dalam sebuah penelitian, hasil yang didapat bisa dinyatakan valid apabila data sesungguhnya dengan data yang dikumpulkan memberikan hasil yang sama. Jika suatu instrumen memiliki kemampuan dalam mengukur hal yang ingin diukur, maka hal tersebut bisa dinyatakan valid (Sugiyono, 2014, p. 121).

Menguji kelayakan dari poin-poin pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk menjelaskan suatu variabel, dapat dilakukan dengan uji validitas dalam suatu penelitian (Sunjoyo, Setiawan, Carolina, Magdalena, & Kurniawan, 2013, pp. 38-39).

Di dalam penelitian kuantitatif, pembuktian validitas bisa melalui pemilihan instrumen, *sampling*, maupun penafsiran statistik yang tepat. Pengukuran standar *error* dapat membantu permasalahan validitas instrumen (Sinambela, 2014, p. 158).

Menghitung nilai korelasi dalam data dan setiap poin instrumen dapat dilakukan untuk uji validitas. Poin pertanyaan atau pernyataan dalam suatu penelitian bisa dinyatakan valid apabila korelasi *pearson product moment* melebihi 0,3. Bisa dinyatakan valid juga apabila koefisien korelasi *product moment* lebih dari 'r tabel' (α ; n-2) yang berarti (0,05 ; 48= 0,279) (Sunjoyo, Setiawan, Carolina, Magdalena, & Kurniawan, 2013, pp. 40-41).

Uji coba instrumen pada penelitian ini menggunakan 30 orang yang merupakan bagian dari Sampel penelitian. Kuesioner bisa dinyatakan valid apabila poin-poin pertanyaan dalam kuesioner atau angket dalam penelitian ini yang disebar kepada 30 responden dapat memberi kejelasan terhadap hal yang ingin diukur.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X

Uji Validitas Variabel X				
Item pernyataan	Nilai Sig	Pearson Correlation (R Hitung)	R Tabel	Keterangan
X1	.000	.746	0.279	VALID
X2	.000	.627		VALID
X3	.000	.637		VALID
X4	.000	.735		VALID
X5	.000	.753		VALID
X6	.002	.619		VALID

X7	.002	.650		VALID
X8	.000	.688		VALID
X9	.000	.756		VALID
X10	.000	.776		VALID

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Uji Validitas Variabel Y				
Item pernyataan	Nilai Sig	Pearson Correlation (R Hitung)	R Tabel	Keterangan
Y1	.000	.740	0.279	VALID
Y2	.000	.724		VALID
Y3	.000	.723		VALID
Y4	.000	.728		VALID
Y5	.000	.626		VALID
Y6	.000	.733		VALID
Y7	.000	.796		VALID
Y8	.000	.631		VALID
Y9	.000	.675		VALID
Y10	.000	.750		VALID
Y11	.000	.691		VALID

Y12	.000	.667		VALID
-----	------	------	--	-------

Berdasarkan hasil pengolahan data uji validitas di atas, bisa dilihat bahwa seluruh item pernyataan dari variabel X dan Y memenuhi syarat nilai sig tidak melebihi 0.05 dan nilai korelasi R hitung dari semua item pernyataan juga lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0.279, maka kedua variabel tersebut bersifat valid dan dapat dinyatakan mampu mewakili tiap variabelnya.

3.6.2 Uji Reliabilitas Data Pre Test

Uji reliabilitas dilakukan guna melihat suatu variabel apakah bisa didefinisikan konsisten dan kredibel jika digunakan secara berulang (Neuman, 2013, p. 141). Untuk mengukur uji reliabilitas agar dapat dinyatakan konsisten dan kredibel, dilakukan uji statistik *Alpha Cronbach* (α) dengan $\alpha > 0.60$ (Sunjoyo et al., 2013, p.41).

Tabel 3. 5 Tabel Uji Reliabilitas Berdasarkan Tingkat α

Alpha (α)	Tingkat Reliabilitas
0.00 - 0.20	Kurang Reliabel
0.20 - 0.40	Agak Reliabel
0.40 - 0.60	Cukup Reliabel
0.60 - 0.80	Reliabel
0.80 - 1.00	Sangat Reliabel

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Uji reliabilitas pada data yang dimiliki peneliti juga menggunakan 50 responden pelanggan di Instagram Ride NJS dengan item pernyataan pada variabel X sebanyak 10 dan variabel Y sebanyak 12. Dengan pengolahan data menggunakan SPSS 24, hasil yang diperoleh peneliti sebagai berikut.

Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	10

Sumber: Olahan SPSS 24 Oleh Peneliti

Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.938	12

Sumber: Olahan SPSS 24 Oleh Peneliti

Hasil kedua tabel yang sudah diolah menggunakan SPSS 24 menunjukkan uji reliabilitas dengan nilai *Alpha Cronbach's* untuk variabel X sebesar 0.906 dan variabel Y sebesar 0.938. Dengan hasil tersebut, maka uji reliabilitas yang telah dilakukan tergolong reliabel karena memenuhi syarat angka reliabilitas melebihi 0.60.

3.6.3 Uji Normalitas

Menurut Gunawan (2015, p. 65) didefinisikan bahwa uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui pendistribusian data yang normal . Uji normalitas akan diuji dengan menggunakan SPSS 24 untuk melihat nilai sig yang ada pada tabel Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai sig memberikan hasil lebih besar dari 0.05, distribusi data bersifat normal dengan arti lain hipotesis H_0 diterima.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Korelasi Perason's Product Moment

Pearson's product moment dapat diartikan sebagai teknik penghitungan statistika guna mengetahui seberapa kuat korelasi antar variabel dengan interval lainnya (Sudaryono, 2019, p. 334). Nilai koefisien korelasi yang didapat bisa menunjukkan hasil kekuatan hubungan sebagai berikut.

- Kurang dari 0.20 : hubungan sangat rendah
- 0.20 - 0.39 : hubungan rendah tetapi pasti
- 0.40 - 0.70 : hubungan yang cukup pasti
- 0.71 - 0.90 : hubungan kuat
- Lebih dari 0.90 : hubungan sangat kuat

Tabel 3. 8 Rumus Statistik Dalam Analisis Hubungan (Asosiatif)

Jenis Skala/Data	Nominal	Ordinal	Internal/Rasio
Nominal	Lambda Cramer's Tschuprow's t Phi Tetrachoric Koefisien Kontigensi C (Pearson's C)	Wilcoxon's Theta	Eta, The Correlation Ratio
Ordinal		Gamma Spearman's Kendall's Somer's dyx	Jasper's M (Coefficient of Multiserial Association)
Interval/Rasio			Pearson's Correlation (Product Moment) Korelasi Parsial/Parsial, Regresi

Sumber: Kriyantono (2020, p. 333)

Melalui tabel di atas, maka dapat disimpulkan analisis korelasi *Pearson's Product Moment* bisa dipakai pada penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan data yang didapat dari rumusan setiap variabel adalah skala interval. Berikut rumus yang digunakan dalam *Pearson's product moment*.

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X \cdot \Sigma Y)}{\sqrt{[N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2] [n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi Pearson's product moment

N = jumlah individu dalam sampel

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah untuk variabel Y

3.7.2 Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Kriyantono (2020, p. 340) mendefinisikan analisis regresi linear dilakukan pada dua variabel atau lebih dengan hubungan sebab akibat untuk mengetahui bentuk hubungan dari setiap variabel melalui adanya persamaan. Adapun syarat yang harus ada untuk mengambil keputusan dari hipotesis yang dilakukan harus memperoleh lebih kecil dari 0.050.

Menurut Bungin (2017, p. 222) uji regresi linear sederhana digunakan untuk menguji adakah pengaruh antara variabel X dan variabel Y dan bisa juga untuk mengukur besar atau kecilnya pengaruh variabel X terhadap Y. pada penelitian ini, uji regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh variabel X sebagai E-WOM terhadap variabel Y sebagai keputusan pembelian Penelitian yang terdiri atas dua variabel yaitu variabel X terhadap Y. Rumus uji regresi linear sederhana sebagai berikut.

$$Y = a + Bx$$

Keterangan:

Y = variabel tidak bebas

X = Variabel bebas

a = nilai konstan

b = koefisien