

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang berjudul "Pengaruh *Electronic Word-of-Mouth* (EWOM) terhadap *Purchase Intention* Album “*Hit Me Hard and Soft*” oleh Billie Eilish” ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode utamanya. Dalam kerangka kuantitatif, peneliti dituntut untuk melakukan pengujian hipotesis dan meneliti hubungan antar variabel. Untuk tujuan tersebut, setiap variabel dirumuskan menjadi instrumen penelitian yang memungkinkan terjadinya proses pengukuran, pengujian, dan analisis data secara statistik (Creswell, 2014).

Lebih jauh, penelitian ini berlandaskan pada paradigma positivis, yaitu memandang realitas atau fenomena sebagai entitas yang dapat diklasifikasikan, relatif stabil, dapat diamati, dan diukur, dengan asumsi adanya hubungan kausalitas antar gejala (Sugiyono, 2017). Oleh karena fokus utamanya adalah mendeskripsikan dan menjelaskan bagaimana EWOM di media sosial memengaruhi minat beli album “*Hit Me Hard and Soft*”, maka jenis penelitian ini tergolong penelitian eksplanatif. Pendekatan eksplanatif semacam ini bertujuan untuk menilai dan menghitung sejauh mana pengaruh EWOM terhadap minat beli konsumen, seperti yang ditegaskan oleh Priyono (2016).

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei. Penentuan jumlah responden dilakukan terlebih dahulu sebagai sampel, kemudian peneliti menyebarkan kuesioner kepada mereka untuk memperoleh data yang diperlukan. Setiap item kuesioner memuat pernyataan-pernyataan yang harus dijawab dengan jujur oleh responden. Kuesioner dapat diisi secara tatap muka maupun secara online sesuai dengan ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017).

Metode survei dipilih dengan tujuan untuk menguji pengaruh *electronic word-of-mouth* (EWOM) pada media sosial sebagai variabel bebas (X), terhadap *purchase intention* album “*Hit Me Hard and Soft*” karya Billie Eilish yang berperan

sebagai variabel terikat (Y). Seluruh respon yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan program SPSS untuk memperoleh simpulan akhir penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Martono (2010), populasi penelitian meliputi semua individu atau elemen yang berada di suatu wilayah tertentu dan memenuhi kriteria yang relevan dengan fokus penelitian.

Populasi sasaran penelitian “Pengaruh *Electronic Word-Of-Mouth* (EWOM) terhadap *Purchase Intention* Album “*Hit Me Hard and Soft*” oleh Billie Eilish” ini meliputi followers akun Instagram Billie Eilish yang berdomisili di Indonesia. Untuk memulai mengumpulkan responden yang dibutuhkan, dipilih sebuah komunitas penggemar Billie Eilish di Instagram yang anggotanya berjumlah lebih dari 453 orang.

3.3.2 Sampel

Kountur (2009) mendefinisikan sampel sebagai segmen objek atau subjek penelitian yang dipilih melalui prosedur sistematis untuk memungkinkan ditariknya kesimpulan tentang keseluruhan populasi.

Menurut Firmansyah dan Dede (2022), non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel di mana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih. Teknik ini biasanya digunakan ketika kerangka sampel tidak tersedia atau penelitian bersifat eksploratif, sehingga pemilihan responden dilakukan secara subjektif dan berisiko menimbulkan bias. Salah satu jenisnya adalah purposive sampling, yaitu teknik memilih responden secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan fokus penelitian, agar data yang dikumpulkan benar-benar relevan meskipun tidak mewakili seluruh populasi. Penelitian ini terdapat 2 kriteria responden, yaitu:

- a) Merupakan *follower* akun Instagram Billie Eilish
- b) Berada di dalam komunitas penggemar Billie Eilish

- c) Telah melihat isi konten *teaser* album “*Hit Me Hard and Soft*” dari Instagram story Billie Eilish

3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep

Merupakan uraian singkat mengenai setiap variabel penelitian, definisi operasionalnya, serta indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dalam penelitian ini.

3.4.1 Operasionalisasi Konsep *Electronic Word of Mouth* (EWOM) (X)

Ada 8 dimensi pada konsep EWOM menurut Castellano dan Dutot (2017).

1. *Tie Strength*, diukur dari kekuatan hubungan interpersonal antara pengirim dan penerima informasi, yaitu penikmat musik Billie Eilish,
2. *Homophily*, diukur dari tingkat kesamaan antara individu penikmat musik Billie Eilish yang berinteraksi,
3. *Trust*, diukur dari kepercayaan penerima terhadap pengirim pesan, krusial dalam memengaruhi sikap dan perilaku konsumen,
4. *Source Credibility*, dapat diukur dari persepsi terhadap kredibilitas pengirim pesan mengenai album “*Hit Me Hard and Soft*”,
5. *Message Quality*, mengacu pada kualitas penyampaian pesan, meningkatkan pemahaman dan efektivitas komunikasi,
6. *Content Quality*, berkaitan dengan substansi dan nilai informasi dalam pesan EWOM album “*Hit Me Hard and Soft*”,
7. *Valence*, diukur dari menunjukkan muatan emosional pesan mengenai album “*Hit Me Hard and Soft*”,
8. *Degree of Influence*, diukur dari pengaruh penyebar pesan terhadap perilaku penerima informasi mengenai album “*Hit Me Hard and Soft*”

3.4.2 Operasionalisasi Variabel *Electronic Word of Mouth* (EWOM) (X)

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel *Electronic Word of Mouth* (EWOM) (X)

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
----------	---------	-----------	------------	-------

Electronic Word of Mouth (X) Castellano & Dutot (2017)	Tie Strength	Kekuatan hubungan antara penyebar informasi dan audiens	Ikatan antara pengikut Billie Eilish cukup erat	Likert (1-4)
	Homophily	Kesamaan minat	Penikmat lagu Billie Eilish cenderung mempunyai selera musik yang sama (<i>alternative pop/electropop</i>) seperti musik Billie Eilish	Likert (1-4)
		Kesamaan latar belakang	Mayoritas penikmat lagu Billie Eilish tergabung di komunitas yang sama	Likert (1-4)
	Trust	Kepercayaan terhadap penyampai informasi	Informasi yang dibagikan penggemar Billie Eilish mengenai <i>teaser</i> album "Hit Me Hard and Soft" dapat dipercayai	Likert (1-4)
	Source Credibility	Kredibilitas sumber informasi	Penyebar informasi mengenai <i>teaser</i> album "Hit Me Hard and Soft" merupakan pengikut akun Instagram Billie Eilish	Likert (1-4)
			Penyebar informasi mengenai <i>teaser</i> album "Hit Me Hard and Soft" di media sosial merupakan penikmat lagu Billie Eilish	Likert (1-4)

		Akurasi informasi	Informasi tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " yang disebar oleh pengikut didapat dari akun Instagram Billie Eilish	Likert (1-4)
	Message Quality	Kejelasan pesan	Informasi tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " disampaikan dengan jelas oleh pengikut	Likert (1-4)
		Pesan yang komprehensif	Informasi tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " disampaikan secara lengkap	Likert (1-4)
		Pesan yang ringkas	Informasi tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " disampaikan secara ringkas	Likert (1-4)
	Content Quality	Relevansi konten	Konten yang disebarkan tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " relevan dengan tipe konten yang disukai pengikut Billie Eilish	Likert (1-4)
		Menarik dan memberikan wawasan	Konten yang disebarkan tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " menarik perhatian penikmat lagu Billie Eilish	Likert (1-4)

			Konten yang disebarkan mengenai <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " bersifat informatif	Likert (1-4)
	Valence	Nada positif dalam pesan	Pengikut Billie Eilish menyambut rilis album baru " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " dengan baik	Likert (1-4)
		Emosi yang ditimbulkan	Informasi yang disebarkan mengenai <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " membuat penikmat lagu Billie Eilish merasa antusias	Likert (1-4)
	Degree of Influence	Mempengaruhi persepsi	Informasi yang disebarkan pengikut tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " membangun persepsi yang baik terhadap album tersebut	Likert (1-4)
		Memotivasi Tindakan	Pesan yang dikeluarkan mengenai <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " memotivasi penikmat lagu Billie Eilish untuk mendengarkannya	Likert (1-4)

3.4.3 Operasionalisasi Konsep Purchase Intention (Y)

Menurut Priansa (2017), terdapat 4 dimensi pada konsep minat beli.

1. Minat transaksional dapat diukur dari keinginan untuk membeli atau mendengarkan album "*Hit Me Hard and Soft*" karya Billie Eilish.
2. Minat referensial mengacu kepada keinginan penikmat music Billie Eilish untuk merekomendasikan album "*Hit Me Hard and Soft*" kepada orang lain.
3. Minat preferensial diukur dari kecenderungan penikmat music Billie Eilish memilih album "*Hit Me Hard and Soft*" dibandingkan album artis lain.
4. Minat eksploratif didapat dari keinginan penikmat music Billie Eilish untuk mencari informasi lebih lanjut tentang album "*Hit Me Hard and Soft*".

3.4.4 Operasionalisasi Variabel Purchase Intention (Y)

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Purchase Intention (Y)

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Purchase Intention (Y)	Minat Transaksional	Keinginan membeli produk	Saya bersedia untuk membayar biaya <i>streaming service</i> (Spotify, Apple Music, dll.) untuk mendengarkan album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " oleh Billie Eilish	Likert (1-4)
	Minat Referensial	Keinginan untuk merekomendasikan produk	Saya ingin merekomendasikan album 'Hit Me Hard and Soft' kepada orang terdekat saya	Likert (1-4)
			Saya ingin merekomendasikan album 'Hit Me Hard	Likert (1-4)

			and Soft'di media sosial saya	
	Minat Preferensial	Preferensi terhadap produk	Saya lebih memilih album 'Hit Me Hard and Soft' dibandingkan album lain yang dirilis pada tahun yang sama	Likert (1-4)
		Loyalitas terhadap artis	Saya tertarik mendengarkan album 'Hit Me Hard and Soft' karena saya sudah lama menyukai Billie Eilish	Likert (1-4)
	Minat Eksploratif	Keinginan mencari informasi lebih lanjut	Saya ingin mencari tahu lebih banyak tentang lagu-lagu di album 'Hit Me Hard and Soft'	Likert (1-4)
		Rasa penasaran akan kualitas album	Saya tertarik mendengarkan album 'Hit Me Hard and Soft' karena penasaran dengan kualitas musiknya	Likert (1-4)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Johnson dan Chistensen (2024) menggambarkan data primer sebagai data yang dikumpulkan dari sumber pertama secara langsung untuk tujuan analisis yang spesifik, seperti survei atau eksperimen. Dalam penelitian ini, data primer berasal dari jawaban 100 responden (sampel) yang telah mengisi kuesioner yang disebar oleh peneliti.

3.5.2 Data Sekunder

Creswell (2017) menjelaskan bahwa data sekunder mencakup data yang dikumpulkan dari lembaga atau pihak lain dengan tujuan analisis yang berbeda dan digunakan oleh peneliti untuk analisis mereka sendiri. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal artikel, penelitian terdahulu, website, dll.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Menurut Sujarweni (2023), skala Likert adalah pertanyaan yang menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden, yang kemudian dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen penelitian. Jawaban pada skala 1-4 ini memiliki gradasi dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

Tabel 3. 3 Skala Likert 1-4

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

3.6.1 Uji Validitas

Peeters dan Harpe (2020), menjelaskan bahwa validitas merujuk kepada tingkat ketepatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Artinya, fungsi uji validitas adalah untuk memastikan bahwa hasil dari pengukuran benar-benar merepresentasikan konstruk atau variabel yang menjadi fokus penelitian.

Uji Validitas pre-test dilakukan dengan mengumpulkan 30 responden untuk mengisi kuesioner untuk mengevaluasi validitas pernyataan yang diajukan. Proses ini menggunakan nilai r table dengan Tingkat signifikansi sebanyak 5% (0,05). Jika jumlah responden adalah 30 ($N=30$), maka akan dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel (0,361)

Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel X

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan
Electronic Word of Mouth (X) Castellano & Dutot (2017)	Tie Strength	Kekuatan hubungan antara penyebar informasi dan audiens	Ikatan antara pengikut Billie Eilish cukup erat	.814	<i>Valid</i>
	Homophily	Kesamaan minat	Penikmat lagu Billie Eilish cenderung mempunyai selera musik yang sama (<i>alternative pop/electropop</i>) seperti musik Billie Eilish	.667	<i>Valid</i>
		Kesamaan latar belakang	Mayoritas penikmat lagu Billie Eilish tergabung di komunitas yang sama	.812	<i>Valid</i>
	Trust	Kepercayaan terhadap penyampai informasi	Informasi yang dibagikan penggemar Billie Eilish mengenai	.812	<i>Valid</i>

			<i>teaser</i> album "Hit Me Hard and Soft" dapat dipercayai		
	Source Credibility	Kredibilitas sumber informasi	Penyebar informasi mengenai <i>teaser</i> album "Hit Me Hard and Soft" merupakan pengikut akun Instagram Billie Eilish	.769	<i>Valid</i>
			Penyebar informasi mengenai <i>teaser</i> album "Hit Me Hard and Soft" di media sosial merupakan penikmat lagu Billie Eilish	.839	<i>Valid</i>
		Akurasi informasi	Informasi tentang <i>teaser</i> album "Hit Me Hard and Soft" yang disebar oleh pengikut didapat dari	.816	<i>Valid</i>

			akun Instagram Billie Eilish		
	Message Quality	Kejelasan pesan	Informasi tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " disampaikan dengan jelas oleh pengikut	.735	<i>Valid</i>
		Pesan yang komprehensif Pesan yang ringkas	Informasi tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " disampaikan secara lengkap	.847	<i>Valid</i>
			Informasi tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " disampaikan secara ringkas	.778	<i>Valid</i>
	Content Quality	Relevansi konten	Konten yang disebarkan tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " relevan dengan tipe konten yang	.735	<i>Valid</i>

			disukai pengikut Billie Eilish		
		Menarik dan memberikan wawasan	Konten yang disebarkan tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " menarik perhatian penikmat lagu Billie Eilish	.766	<i>Valid</i>
			Konten yang disebarkan mengenai <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " bersifat informatif	.716	<i>Valid</i>
	Valence	Nada positif dalam pesan	Pengikut Billie Eilish menyambut rilis album baru " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " dengan baik	.852	<i>Valid</i>
		Emosi yang ditimbulkan	Informasi yang disebarkan mengenai <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and</i>	.837	<i>Valid</i>

			<i>Soft"</i> membuat penikmat lagu Billie Eilish merasa antusias		
	Degree of Influence	Mempengaruhi persepsi	Informasi yang disebarkan pengikut tentang <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " membangun persepsi yang baik terhadap album tersebut	.661	<i>Valid</i>
		Memotivasi Tindakan	Pesan yang dikeluarkan mengenai <i>teaser</i> album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " memotivasi penikmat lagu Billie Eilish untuk mendengarkannya	.735	<i>Valid</i>

Berdasarkan hasil uji validitas yang diolah menggunakan SPSS, terlihat bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361) dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Artinya pernyataan dalam variable X dinyatakan valid.

Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan
Purchase Intention (Y)	Minat Transaksional	Keinginan membeli produk	Saya bersedia untuk membayar biaya <i>streaming service</i> (Spotify, Apple Music, dll.) untuk mendengarkan album " <i>Hit Me Hard and Soft</i> " oleh Billie Eilish	.760	<i>Valid</i>
	Minat Referensial	Keinginan untuk merekomendasikan produk	Saya ingin merekomendasikan album 'Hit Me Hard and Soft' kepada orang terdekat saya	.885	<i>Valid</i>
			Saya ingin merekomendasikan album 'Hit Me Hard and Soft' di media sosial saya	.757	<i>Valid</i>
	Minat Preferensial	Preferensi terhadap produk	Saya lebih memilih album 'Hit	.810	<i>Valid</i>

			Me Hard and Soft' dibandingkan album lain yang dirilis pada tahun yang sama		
		Loyalitas terhadap artis	Saya tertarik mendengarkan album 'Hit Me Hard and Soft' karena saya sudah lama menyukai Billie Eilish	.729	<i>Valid</i>
	Minat Eksploratif	Keinginan mencari informasi lebih lanjut	Saya ingin mencari tahu lebih banyak tentang lagu-lagu di album 'Hit Me Hard and Soft'	.740	<i>Valid</i>
		Rasa penasaran akan kualitas album	Saya tertarik mendengarkan album 'Hit Me Hard and Soft' karena penasaran dengan kualitas musiknya	.838	<i>Valid</i>

Berdasarkan hasil uji validitas yang diolah menggunakan SPSS, terlihat bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361) dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Dalam arti, pernyataan di variabel Y dapat dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Heale & Twycross (2015), reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana data yang dihasilkan oleh suatu instrumen dapat dipercaya serta seberapa besar kemungkinan hasil pengukuran tersebut terhindar dari kesalahan acak. Dalam arti, semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu instrumen, semakin konsisten dan akurat data yang diperoleh dari proses pengukuran.

Reliabilitas diuji dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha (α), di mana pengujian mengumpulkan 30 responden dalam pre-test dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Instrumen dapat dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha melebihi batas minimum sejumlah 0,60.

Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Variabel X

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
<i>Electronic Word-of-Mouth (eWOM) (X)</i>	.984	18

Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Variabel Y

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
<i>Purchase Intention (Y)</i>	.962	8

3.7 Teknik Analisis Data

Secara umum, tujuan dari teknik analisis data adalah untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian sekaligus menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2017). Proses ini dilakukan setelah dikumpulkan sebanyak 205 data yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

3.7.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah distribusi data mengikuti pola distribusi yang normal atau tidak. (Montgomery et al., 2012)

3.7.1.2 Uji Linearitas

Uji ini bertujuan untuk memeriksa apakah hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linear (Field, 2018).

3.7.1.3 Uji Homogenitas

Tujuan dari uji ini adalah untuk mengkonfirmasi bahwa ada homogeny dari varian tiap kelompok data (Hair et al., 2019).

3.7.1.4 Uji Korelasi

Fungsi dari uji ini adalah untuk menilai kekuatan dan arah hubungan linier antara dua variabel (Tabachnick & Fidell, 2019). Berikut pedoman untuk menginterpretasi koefisien korelasi berdasarkan Sugiyono (2017):

Tabel 3. 8 Tabel Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

3.7.1.5 Uji Regresi Linear

Uji regresi linear bertujuan untuk mengestimasi hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y), serta menguji hipotesis penelitian (Kinneer & Gray, 2015).

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

X = Variabel Independen

a = Konstanta Regresi

b = koefisien Regresi

