



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Obyek Penelitian

*Taiwanese Drinks* atau dapat disebut *Bubble tea* berasal dari Taichung, Taiwan. Liu Han Chieh, pemilik dari rumah teh Chun Shui Tang, mengklaim telah menemukan ini pada tahun 1983 setelah terinspirasi dengan melihat kopi yang disajikan dingin di Jepang. Sebelumnya, teh biasanya disajikan panas, sehingga itu dianggap sebagai ide baru untuk mendinginkan teh dengan es dan mencampurnya dengan berbagai bahan. Pada tahun 1987, seorang anggota staf memiliki gagasan menambahkan fen yuan (pudding tapioka manis) untuk dicampur kedalam teh, sehingga terciptalah bubble tea pearl.

*Bubble drink* adalah minuman yang dibuat dengan menambahkan sirup buah atau susu ke dalam teh lalu kemudian dicampur. Bola tapioka kenyal yang berbentuk *jelly* atau yang sering disebut mutiara atau “*pearls*” sering ditambahkan juga, sehingga *bubble drink* biasa disajikan dengan sedotan ekstra besar. Kata “*bubble*” atau gelembung awalnya dikaitkan dengan buih yang diciptakan dari minuman yang dikocok, meskipun sekarang *bubble drink* juga dipahami mengacu pada bulatan *jelly* tapioka berbentuk mutiara yang ditambahkan pada minuman ini.

Varian lainnya dari minuman bubble drink termasuk minuman yang dicampur atau yang lebih dikenal dengan istilah *blended drinks*. Beberapa diantaranya seperti minuman kopi bahkan jus buah (*smoothies*). Bulatan tapioka (boba) adalah topping yang sering berlaku di *bubble drink*, tapi berbagai pilihan lain dapat digunakan untuk menambahkan tekstur yang serupa kepada minuman.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



## B. Desain Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif merupakan suatu penelitian yang menjelaskan mengenai suatu masalah, yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dalam penelitian ini, peneliti tidak mengikutsertakan analisis dan interpretasi yang bersifat subjektif. (Kriyantono, 2009:55-56) Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian eksplanatif. Jenis penelitian ini digunakan untuk menjelaskan hubungan, perbedaan, pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya.

Oleh karena itu penelitian eksplanatif menggunakan sampel dan hipotesis (Bungin, 2011:46). Terdapat dua variabel dalam penelitian ini. Variabel pertama yaitu variabel bebas (Komunikasi *Word of Mouth*), sedangkan variabel kedua adalah variabel terikat (*Internet Marketing*).

## C. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012 : 59) menjelaskan mengenai pengertian dari variabel yaitu “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*independent variable*) atau variabel X adalah variabel yang dipandang sebagai penyebab munculnya variabel terikat yang diduga sebagai akibatnya. Sedangkan Variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel Y adalah variabel (akibat) yang dipradugakan, yang bervariasi mengikuti perubahan dari variabel-variabel bebas. Umumnya merupakan kondisi yang ingin kita ungkapkan dan jelaskan. (Kerlinger, 1992:58-59)

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Variabel Bebas (*Independent*) : *Internet Marketing* sebagai variabel bebas (X)
2. Variabel Tergantung (*Dependent*): *Word of Mouth* sebagai variabel terikat (Y)

**a. Internet Marketing (X)**

**Tabel 3.1**  
**Kisi-Kisi Instrumen Internet Marketing (X)**

Variabel	Dimensi	Item
<b>Internet Marketing (X)</b>	Produk	3
	Harga	3
	Komunikasi	4
	Komunitas	3
	Distribusi	2

**b. Word of Mouth (Y)**

**Tabel 3.2**  
**Kisi-Kisi Instrumen Word of Mouth (Y)**

Variabel	Dimensi	Item
<b>Word of Mouth (Y)</b>	Talkers	2
	Topik	2
	Tools	3
	Taking Part	2
	Tracking	3

**D. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

**1. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup ataupun

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



terbuka. Kuesioner juga memiliki pengertian lain, yakni daftar pertanyaan yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dari responden.

Kelebihan kuesioner dari teknik pengumpulan data yang lain adalah peneliti dapat memperoleh dan mengendalikan tingkat reliabilitas dan validitas penelitian setinggi-tingginya. Disamping itu, peneliti dapat memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian (Singarimbun, 1991 dalam Bajari, 2015:103).

## 2. Observasi

Pengertian observasi secara umum adalah kegiatan pengamatan pada sebuah objek secara langsung dan detail untuk mendapatkan informasi yang benar terkait objek tersebut. Pengujian yang diteliti dan diamati bertujuan untuk mengumpulkan data atau penilaian.

## E. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Keseluruhan objek atau fenomena yang akan diriset disebut populasi. Sugiyono (dalam Kriyantono, 2010:153), menyebutkan bahwa “Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan. Populasi (kumpulan objek riset) bisa berupa orang, organisasi, kata-kata dan kalimat, simbol-simbol nonverbal, surat kabar, radio, televisi, iklan, dan lainnya.”.

Penelitian ini menggunakan teknik *sampling* nonprobabilitas, yaitu *sampling* purposif (*purposive sampling*). Sampel non probabilitas adalah sampel tidak melalui teknik random (acak). Di sini semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini disebabkan oleh pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh periset (Kriyantono, 2010:158).



Dalam teknik *sampling* purposif, mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar dan kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel (Kriyantono, 2010:158). Dalam penelitian ini, tujuan riset adalah untuk mengetahui perbedaan masing-masing konsumen minuman boba dalam bersikap dan pengetahuan yang terjadi akibat adanya komunikasi pemasaran di media sosial.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Penentuan ukuran sampel untuk populasi yang sudah diketahui jumlahnya adalah dengan menggunakan rumus slovin. Rumusnya adalah:

Keterangan:

n ukuran sampel

N ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir (Kriyantono, 2010:164).

Dalam penelitian ini, diketahui jumlah populasi konsumen minuman boba terdapat 1200 orang. Ketika menggunakan rumus Slovin, peneliti menetapkan taraf keyakinan (*confidence level*) sebesar 95% dan taraf kelonggaran ketidaktelitian (e) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 atau 5%. Perhitungan ukuran sampel yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

$$n = \frac{1200}{1 + 1200 \times 0.05^2} = 300$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam penelitian ini, ukuran sampel yang digunakan adalah 300 orang. *Sampling* purposif akan berguna dalam pencarian responden yang harus memenuhi kriteria dan jumlah angka 300 tersebut.

## F. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan merupakan pra kuesioner dari 300 responden yang merupakan konsumen minuman bubble tea. Peneliti menganalisis data pra kuesioner ini menggunakan analisis regresi namun sebelum itu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk melihat apakah data yang telah didapatkan dari kuisisioner sudah valid dan reliabel atau belum.

### 1. Uji Validitas

Menurut Umar (2008:54), uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan / pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Peneliti menggunakan analisa data kuantitatif dengan menggunakan rumus kolerasi pearson. Berikut

Rumus kolerasi pearson yang digunakan :

$$r_i = \frac{\sum x_{ij}Y_i - \frac{(\sum x_{ij})(\sum Y_i)}{n}}{\sqrt{\left(\sum x_{ij}^2 - \frac{(\sum x_{ij})^2}{n}\right)\left(\sum Y_i^2 - \frac{(\sum Y_i)^2}{n}\right)}}$$

Keterangan :

$X_{ij}$  = skor item ke j, responden ke-i  $i = 1,2,\dots,300$

$Y_i$  = skor total responden ke-i  $j = 1,2,\dots,300$

Pengujian ini dilakukan dengan membagi koesioner kepada 300 responden yang menjadi populasinya, dimana koesioner berisi 15 butir pertanyaan untuk



variabel *Internet Marketing* (X) dan 12 butir untuk variabel *Word Of Mouth*. Butir pertanyaan hasil jawaban responden diolah menggunakan bantuan microsoft excel program dan SPSS17 yang selanjutnya diberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi atau r hitung dikatakan bahwa suatu *item* adalah *valid* untuk responden 30 dan taraf signifikan 5%, jika memenuhi syarat minimum r tabel = 0,361 (Sugiyono, 2004:140). Bila korelasi antara butir dengan skor kurang dari 0,361 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak *valid*. Butir yang dinyatakan tidak *valid* tersebut akan diganti atau dibuang.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2009:58), reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Menurut Umar (2008:57), uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*.

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan

$r_{11}$  : koefisien reliabilitas

n : banyak butir soal

$S_i^2$  : varians skor item ke-i

$S_t^2$  : varians skor total

Menurut Sugiyono suatu instrumen dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas minimal 0,6. Setelah melakukan uji validitas dan realibilitas serta telah mendapatkan data-data yang berhubungan dengan penelitian, maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah menganalisis data yang diperoleh. Adapun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi, namun sebelum melakukan analisis regresi. Penulis terlebih dahulu melakukan analisis statistik deskriptif untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah diperoleh atau pengujian hipotesis.

**3. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**3. Statistik Deskriptif**

Secara garis besar metode statistika dikelompokkan ke dalam dua kelompok, yaitu statistika deskriptif dan statistika inferensial. Menurut Walpole (1995), Statistika deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan data dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna.

Statistika deskriptif memberikan informasi hanya mengenai data yang dipunyai dan sama sekali tidak menarik inferensi atau kesimpulan apapun tentang gugus data induknya yang lebih besar. Contoh dari statistika deskriptif adalah tabel, grafik, diagram dan lainnya. Statistika deskriptif memberikan suatu informasi inti dari data, yaitu pemusatan data dan penyebaran data. Hal ini terjadi karena data yang terdapat pada statistika deskriptif tersaji dengan ringkas dan rapi.

1) Rata-Rata

Rata-rata adalah nilai yang mewakili sekelompok data. Rata-rata diperoleh dengan cara menjumlah seluruh nilai data dan dibagi dengan banyaknya data. Rumus rata-rata dapat dilihat pada persamaan berikut :

a) Rata-rata untuk data tunggal

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i \tag{2.1}$$

b) Rata-rata untuk data berkelompok

$$\bar{X} = \left( \sum_{i=1}^n f_i x_i \right) / \sum_{i=1}^n f_i \tag{2.2}$$

2) Median

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Median merupakan nilai yang terletak ditengah dari data yang telah

diurutkan dari yang terkecil ke terbesar. Rumus median dapat dilihat pada persamaan berikut :

a) Median untuk data ganjil

$$Me = \left( x_{\frac{n}{2}} + x_{\frac{n}{2}+1} \right) / 2 \quad (2.3)$$

b) Median untuk data genap

$$Me = x_b + \left( \frac{\frac{n}{2} - F_b}{f_{me}} \right) p \quad (2.4)$$

dimana:

$X_b$  : Frekuensi kumulatif ke  $\frac{1}{2} n$

$n$  : banyaknya data

$F_b$  : Total frekuensi sebelum kelas median

$f_{me}$ : Frekuensi kelas median

$p$  : lebar kelas

3) Modus

Modus merupakan nilai yang sering muncul dalam sekelompok data.

#### 4) Persamaan Struktural

Dalam tahap analisis model strukturan (*inner model*), terdapat dua hal yang menjadi alat pengujian yaitu analisis R-square ( $R^2$ ), Q-square ( $Q^2$ ), *Goodness of Fit* (GoF) dan uji t-statistik untuk menguji hipotesis parsial yang diperoleh dengan menggunakan perhitungan *Bootstraping* pada aplikasi SmartPLS.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.