

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Dalam Penelitian yang dilakukan ini, obyek yang dijadikan penelitian adalah Bittersweet by Najla. Penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada para responden dengan memanfaatkan Google Form sebagai media utama dalam pembagian kuesioner.

B. Disain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Raihan (2017:35) Penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data yang bersifat angka yang nantinya diolah dengan metode statistika untuk interpretasi datanya. Pada dasarnya penelitian kuantitatif dilaksanakan pada penelitian menggunakan alat ukur statistika inferensi (misalnya: regresi, korelasi) untuk pengujian hipotesis. Dalam pengajuan hipotesis akan terlihat pengaruh, hubungan, perbedaan yang diperoleh (signifikansi hubungan atau signifikansi perbedaan antar variabel yang diteliti).

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan dengan metode survey. Menurut Raihan (2017:42) metode survey merupakan cara pengumpulan data dari sejumlah unit atau individu dalam jangka waktu yang bersamaan dalam jumlah besar. Dari survei dapat menjawab melalui pertanyaan apa, bagaimana, dan seberapa besar.





Penelitian ini berbentuk penelitian korelasi antara hubungan variable independen yaitu

Electronic Word of Mouth, dan Sales Promotion terhadap minat beli sebagai variabel

dependen pada objek penelitian yaitu Bittersweet by Najla. Menurut Raihan (2017:55)

Penelitian korelasi adalah suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data

guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau

lebih. Penelitian ini dilakukan ketika ingin mengetahui tentang ada tidaknya dan kuat

lemahnya hubungan variabel yang terkait dalam suatu objek atau subjek yang diteliti.

C. Variabel Penelitian

Menurut Silaen dalam Anggi Aditia (2019) mengungkapkan bahwa variabel penelitian

adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai atau mempunyai nilai yang

bervariasi, yakni suatu sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat menunjukkan sesuatu

untuk dapat diamati atau diukur yang nilainya berbeda-beda atau bervariasi.

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono dalam Muhammad Aqsath Faza (2010) variabel independen

merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya

variabel dependen. Dalam bahasa Indonesia variabel Independen disebut juga sebagai

variabel bebas. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah

electronic word of mouth dan *sales promotion*.

Berdasarkan 8 indikator yang dikemukakan menurut Thurau et al. dalam

Muhammad Aqsath Faza (2018) penulis menetapkan beberapa pernyataan terkait

electronic word of mouth sebagai berikut:

Tabel 3.1

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.

Butir Pernyataan *Electronic Word of Mouth*

Variabel	Indikator	No.	Pertanyaan
Electronic word of mouth (Thurau et al. dalam Muhammad Aqsath Faza, 2018)	<i>Platform assistance</i>	1.	Saya sering membuka Instagram untuk mencari tentang Bittersweet by Najla
		2.	Saya dapat merasakan bahwa Instagram merupakan tempat yang efektif untuk mendapatkan informasi mengenai Bittersweet by Najla
	<i>Venting negative feelings</i>	3.	Saya pernah membaca testimoni ketidakpuasan terhadap Bittersweet by Najla di Instagram
	<i>Concern for other consumers</i>	4.	Melalui Instagram saya mendapatkan rekomendasi yang berkaitan dengan Bittersweet by Najla
		5.	Melalui Instagram saya merasakan kepedulian orang lain saat merekomendasikan produk Bittersweet by Najla
	<i>Extraversion/ positive self-enhancement</i>	6.	Melalui Instagram saya mendapatkan informasi mengenai komentar/ <i>review</i> positif konsumen Bittersweet by Najla
		7.	Melalui Instagram saya mendapatkan bahwa Bittersweet by Najla merupakan pilihan yang tepat untuk produk <i>dessertbox</i>
	<i>Social benefits</i>	8.	Saya memperoleh informasi mengenai Bittersweet by Najla melalui Instagram
		9.	Saya ikut berinteraksi dalam Instagram untuk mengetahui informasi tentang Bittersweet by Najla
	<i>Helping the company</i>	10.	Melalui Instagram saya dapat merasakan kesediaan orang lain dalam membantu publikasi produk Bittersweet by Najla
		11.	Saya merasa puas dengan produk Bittersweet by Najla sehingga saya ingin turut <i>sharing</i> tentang kepuasan saya di Instagram
	<i>Advice seeking</i>	12.	Saya ingin mencari informasi melalui Instagram mengenai Bittersweet by Najla
		13.	Saya berharap mendapatkan informasi dari Instagram yang dapat menjawab pertanyaan saya terhadap produk Bittersweet by Najla

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.





Berdasarkan alat-alat *sales promotion* yang ditetapkan oleh Kotler & Keller dalam Adzinta Ulul Alfutuh (2020), Penulis membuat beberapa pernyataan berkaitan dengan *sales promotion* sebagai berikut:

Tabel 3.2
Butir Pernyataan Sales Promotion

Variabel	Indikator	No.	Pertanyaan
Sales Promotion (Kotler & Keller dalam Adzinta Ulul Alfutuh, 2020)	Potongan Harga	14.	Bittersweet by Najla sering memberikan potongan harga
		15.	Besaran potongan harga/ diskon yang diberikan Bittersweet by Najla menarik perhatian saya
		16.	Potongan harga/ diskon yang diberikan Bittersweet by Najla sangat bermanfaat bagi saya
	Kupon belanja	17.	Kupon belanja yang diberikan Bittersweet by Najla di berbagai platform penjualan menarik perhatian saya
		18.	Saya senang dengan adanya kupon belanja yang diberikan oleh Bittersweet by Najla
	Penjualan langsung	19.	Bittersweet by Najla mampu menawarkan produknya dengan baik
20.		Produk yang ditawarkan oleh Bittersweet by Najla beragam dan memiliki bentuk yang bagus	

Variabel Dependen

Berdasarkan indikator-indikator yang dikemukakan Ferdinand dalam Muhammad Aqsath Faza (2018), penulis menetapkan beberapa pernyataan berkaitan dengan minat beli konsumen yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.3
Butir Pernyataan Minat Beli Konsumen

Variabel	Indikator	No.	Pertanyaan
Minat Beli Konsumen Ferdinand dalam Muhammad	Minat Transaksional	21.	Saya tertarik membeli <i>dessertbox</i> Bittersweet by Najla
		22.	Bila ada kesempatan saya akan membeli <i>dessertbox</i> Bittersweet by Najla



Aqsath Faza, 2018) © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Minat Referensial	23.	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk membeli <i>dessertbox</i> Bittersweet by Najla
		24.	Saya akan memberikan testimoni positif mengenai <i>dessertbox</i> Bittersweet by Najla kepada teman-teman saya
	Minat Preferensial	25.	Saya akan menjadikan <i>dessertbox</i> Bittersweet by Najla sebagai prioritas <i>dessertbox</i> pilihan pertama dibandingkan merek <i>dessertbox</i> lainnya
		26.	Saya lebih berminat membeli <i>dessertbox</i> Bittersweet by Najla daripada dengan merek <i>dessertbox</i> lainnya
	Minat Eksploratif	27.	Saya tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai <i>dessertbox</i> Bittersweet by Najla
		28.	Saya selalu tertarik mencari informasi tentang produk-produk terbaru yang ditawarkan Bittersweet by Najla

D. Teknik Pengambilan Sampel

Penulis menentukan teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Raihan (2017:94) *non-probability sampling* adalah cara atau metode penarikan sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya dan tidak memberikan kesempatan yang sama pada setiap unit populasi untuk dijadikan sampel.

Jenis teknik *non-probability sampling* yang digunakan untuk penelitian ini adalah *purposive sampling* atau *judgement sampling* untuk memperoleh data dari responden. Menurut Raihan (2017:100) *purposive sampling* atau disebut juga *judgement sampling* memilih sampel dari suatu populasi didasarkan pada informasi yang tersedia, dan penentuan sampelnya ditentukan oleh peneliti berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu yang dianggap dapat memenuhi kriteria yang ditetapkan, sehingga perwakilannya terhadap populasi dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini penulis

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.



menentukan kriteria sampel yang diambil adalah konsumen Bittersweet by Najla yang memiliki akun Instagram.

Penentuan jumlah sampel menggunakan metode menurut Hair et al. dalam Muhammad Aqsath Faza (2018) yaitu dilakukan dengan cara mengalikan jumlah indikator dengan angka 5. Penelitian ini memiliki total 28 *item* indikator, jadi 5 dikalikan dengan 28 menjadi 140. Hal ini menandakan bahwa jumlah sampel minimal sebesar 140 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan instrumen data angket atau kuesioner. Menurut Raihan (2017: 104) angket atau kuesioner adalah alat mengumpulkan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada orang yang akan memberikan tanggapan atau menjawab pertanyaan yang diberikan dalam penelitian orang tersebut atau yang disebut juga sebagai responden.

Daftar pertanyaan yang akan diberikan akan bersifat kuesioner tertutup dimana jawaban pertanyaan telah disediakan dan responden hanya memilih dari jawaban yang telah disediakan. Penyusunan angket didasarkan pada konstruksi teoritik yang telah disusun sebelumnya, dengan dasar teoritik tersebut kemudian dijadikan indikator-indikator dalam kuisisioner.

Tabel 3.4

Indikator Kuesioner Penelitian

No.	Variabel	Indikator	No. <i>Item</i> Indikator
1.	<i>Electronic Word of Mouth</i> (Thurau et al. dalam Muhammad Aqsath Faza, 2018)	1. <i>Platform assistance</i> 2. <i>Venting negative feelings</i> 3. <i>Concern for other consumers</i>	1,2 3 4,5 6,7



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	<p>© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>4. <i>Extraversion/ positive self-enhancement</i></p> <p>5. <i>Social benefits</i></p> <p>6. <i>Helping the company</i></p> <p>7. <i>Advice seeking</i></p>	<p>8,9</p> <p>10,11</p> <p>12,13</p>
	<p>2. <i>Sales Promotion</i> (Kotler & Keller dalam Adzinta Ulul Alfutuh, 2020)</p>	<p>1. Potongan harga</p> <p>2. Paket harga</p> <p>3. Kontes <i>giveaway</i></p>	<p>14,15,16</p> <p>17,18</p> <p>19,20</p>
	<p>3. Minat Beli Konsumen (Ferdinand dalam Muhammad Aqsath Faza, 2018)</p>	<p>1. Minat transaksional</p> <p>2. Minat referensial</p> <p>3. Minat Preferensial</p> <p>4. Minat eksploratif</p>	<p>21,22</p> <p>23,24</p> <p>25,26</p> <p>27,28</p>

Metode pengukuran kuesioner dalam penelitian menggunakan skala *likert*. Menurut Raihan (2017:117) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang gejala sosial dalam suatu penelitian yang telah ditentukan variabelnya serta indikator-indikatornya. Dari indikator dapat di susun instrumen yang berupa pertanyaan-pertanyaan, dari setiap pertanyaan menggunakan skala *likert* yang dalam penelitian ini penulis menetapkan skala *likert* seperti berikut:

Tabel 3.5
Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Bobot Nilai
1.	SS = Sangat Setuju	5
2.	S = Setuju	4
3.	N = Netral	3
4.	KS = Tidak Setuju	2
5.	STS = Sangat Tidak Setuju	1



dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Metode uji validitas yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah *Korelasi Pearson*. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *software* IBM SPSS. Aplikasi ini digunakan untuk mengetahui indikator dari setiap variabel yang ada dalam kuesioner tersebut valid dan dapat dilihat pada hasil *output* IBM SPSS yang dihasilkan, dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu :

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel (0,1614), maka item pernyataan dalam kuesioner berkorelasi signifikan terhadap skor total (valid)
2. Jika nilai t hitung $<$ t tabel (0,1614), maka item pernyataan dalam kuesioner tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (tidak valid)

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) Uji *Reliabilitas* digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS. Menurut Nunnally dalam Ghazali (2018) uji reliabilitas dapat dilakukan dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel apabila menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,70



3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji *Normalitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji statistik yang digunakan pada uji normalitas adalah uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan metode Monte Carlo Sig. (2 tailed). Kriteria pengukuran uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, yaitu:

1. Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal
2. Sig < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal

b. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018:107) uji *Multikolonieritas* bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Berikut adalah kriteria untuk menjadi pengukuran uji Multikolonieritas:

1. Terdapat *Multikolonieritas* jika VIF > 10 dan TOL < 0,10
2. Tidak terdapat *Multikolonieritas* jika VIF < 10 dan TOL > 0,10



c. Uji Heteroskedastisitas



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Ghozali (2018:137) uji *Heteroskedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *Homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *Heteroskedastisitas*.

Pada uji *Heteroskedastisitas* penulis menggunakan uji *Spearman*. Menurut Gujarat dalam El-Siddiqi dan Muhammad Kemal (2019) uji *Spearman* digunakan dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (*error*). Dasar pengambilan keputusan untuk uji *Heteroskedastisitas* dengan metode *Spearman* adalah sebagai berikut:

1. Nilai probabilitas $>0,05$ maka tidak terjadi *Heteroskedastisitas*
2. Nilai probabilitas $<0,05$ maka terjadi *Heteroskedastisitas*

4. Pengujian Hipotesis dan Analisis Regresi Berganda

Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:96) analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Sedangkan, menurut Herlina (2019:129) Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Menurut Priyatno dalam Stephanie Gautama (2020) model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$



Dimana:

Y = Minat beli konsumen

a = Konstanta

X_1 = *Electronic Word of Mouth*

X_2 = *Sales Promotion*

β_1 = Koefisien X_1

β_2 = Koefisien X_2

ε = *Error*

2. Uji f

Menurut Ghozali (2018:98), Uji f digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen secara simultan atau secara bersama berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan melihat Sig f, jika $\text{Sig } F > \alpha (0,05)$, maka hipotesis ditolak, variabel X secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y dan jika $\text{Sig } F < \alpha (0,05)$, maka hipotesis diterima, variabel X secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y .

3. Uji t

Menurut Ghozali (2018: 98), Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Sig, jika nilai $\text{Sig} < \alpha (0,05)$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka hipotesis diterima yang berarti variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan jika nilai $\text{Sig} > \alpha (0,05)$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka hipotesis tidak diterima yang berarti variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

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.



5. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018: 97) uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, di mana nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Menurut Gujarati dalam Ghozali (2011:97) menyatakan jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R2* negatif, maka nilai *adjusted R2* dianggap nol.

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.