

## BAB III

### METODE PENELITIAN



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

#### A. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu objektif. Selain itu, suatu sifat dan nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipahaminya dan menjadikan suatu kesimpulan.

Pada penelitian ini, peneliti ingin meneliti mengenai pengaruh komunikasi *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pelanggan pada produk Somethinc. Maka yang menjadi objek penelitian ini adalah responden yang merupakan pelanggan yang mengetahui, pernah membeli, dan yang merupakan pelanggan dari produk Somethinc di wilayah Kelapa Gading.

#### B. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah salah satu rancangan yang telah di buat untuk melakukan penelitian pada suatu masalah ataupun suatu penelitian baru, dan dari desain penelitian maka kita dapat dengan mudah melaksanakan penelitian.

Menurut Cooper dan Schindler (2014:126) desain penelitian dapat di klasifikasikan sebagai berikut :

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset





Derajat kristalisasi pertanyaan riset merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Dalam studi ini dapat bersifat formal atau eksplorasi. Penelitian ini menggunakan studi formal yang dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan riset yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan.

## 2. Metode Pengumpulan Data

Dalam hal pengumpulan data, peneliti melakukan metode survei yang dilakukan secara *online* melalui *google forms* yang disebarakan kepada penduduk wanita di wilayah Kelapa Gading. Dalam penelitian ini, peneliti akan membagikan kuisioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Kriteria-kriteria yang harus dipenuhi sebagai responden dari penelitian ini adalah:

- a. Responden adalah wanita dan pria.
- b. Responden merupakan penduduk wilayah Kelapa Gading dengan umur 15 tahun keatas.
- c. Responden yang mengetahui produk Somethinc.
- d. Responden yang pernah membeli produk Somethinc.
- e. Responden merupakan pelanggan dari produk Somethinc.

## 3. Pengontrolan Variabel oleh Periset

Perspektif ini melihat dari aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel-variabel. Penelitian ini menggunakan *ex post facto* atau yang disebut juga dengan desain laporan sesudah fakta. Pada desain *ex*

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

post facto ini, penelitian tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi sesuai dengan kenyataan yang dilihat.

#### 4. Tujuan Studi

Ada dua jenis studi penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal. Penelitian ini tergolong dalam studi kausal (sebab-akibat), karena penelitian ini mencoba menjelaskan hubungan antara variabel-variabel.

#### 5. Dimensi Waktu

Ditinjau dari dimensi waktu, penelitian ini menggunakan studi lintas *cross-sectional*, yang dimana pengumpulan data dilakukan hanya satu kali yaitu pada saat penyebaran kuesioner.

#### 6. Cakupan Topik

Studi ini berusaha memperoleh karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Penelitian ini juga merupakan studi statistik yang di desain untuk memperluas studi, bukan untuk memperdalamnya. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif.

#### 7. Lingkungan Riset

Dilihat dari penelitian nya, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan actual atau kondisi lapangan yang dimana subjek dan objek peneliti berada di lingkungan nyata bukan manipulasi. Hal ini disebabkan

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.



karena data-data didapatkan secara langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner.

#### 8. Persepsi Peserta

Penelitian ini berdasarkan hasil kesimpulan yang bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian, dimana persepsi subyek peneliti dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak langsung. Walaupun tidak ada bukti yang jelas akan adanya upaya responden dugaan hipotesis yang berhasil atau bukti-bukti adanya sabotase, yakni mereka kemungkinan berperilaku tidak alami. Oleh karena itu, peneliti berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian untuk menghindari persepsi negatif terhadap penelitian yang sedang peneliti lakukan.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini juga menggunakan jenis penelitian survei eksplanatori (*explanatory research*). Penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian ini disebut juga dengan penelitian hipotesis dimana dilakukan pengujian terhadap hipotesis sesuai dengan yang digunakan.

### C. Variabel Penelitian

Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian terbagi menjadi dua yang terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*), akan dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



Variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (*dependent*). Pada variabel independen disebut juga sebagai variabel stimulus, prediktor, dan *antecedent*. Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah *word of mouth*.

**2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Pada variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah keputusan pembelian, sedangkan variabel bebas adalah *word of mouth*.

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel Penelitian**

| Variabel                 | Dimensi                       | Indikator   | Skala         |
|--------------------------|-------------------------------|---|---------------|
| <i>Word of Mouth</i> (X) | <i>Talkers</i><br>(Pembicara) | 1. Membeli produk<br>Somethinc karena mendapatkan informasi bahwa harga produk Somethinc sesuai dengan kualitas produk. | <i>Likert</i> |
|                          |                               | 2. Membeli produk<br>Somethinc karena   |               |

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

|  |                       |   |               |
|--|-----------------------|---|---------------|
|  |                       | di <i>endorse</i> oleh<br><i>influencer</i>   |               |
|  |                       | 3. Setelah membeli produk Somethinc, merasa senang untuk merekomendasikan produk Somethinc kepada orang lain. |               |
|  | <i>Topics (Topik)</i> | 1. Membicarakan informasi terhadap produk Somethinc bersama keluarga atau teman.                              | <i>Likert</i> |
|  |                       | 2. Pembeli mengetahui promo-promo yang diberikan oleh Somethinc.  |               |
|  |                       | 3. Pembeli mengetahui dan membicarakan keunikan yang dimiliki oleh Somethinc.                                 |               |

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.



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

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.

|  |                                  |  |               |
|--|----------------------------------|--|---------------|
|  | <i>Tools (Alat)</i>              | 1. Mendapatkan informasi rekomendasi produk Somethinc dari media sosial                | <i>Likert</i> |
|  |                                  | 2. Pembeli mengetahui informasi mengenai Somethinc dari lingkungan <i>influencer</i> . |               |
|  |                                  | 3. Mencari review produk Somethinc menggunakan <i>gadget</i> dan internet              |               |
|  | <i>Taking Part (Partisipasi)</i> | 1. Mengikuti perkembangan dari promo-promo terhadap produk Somethinc                   | <i>Likert</i> |
|  |                                  | 2. <i>Influencer</i> membantu pembeli untuk menemukan jenis <i>skincare</i>            |               |



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

**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.

|  |                                 |   |               |
|--|---------------------------------|---|---------------|
|  |                                 | Something yang cocok untuk pembeli.   |               |
|  |                                 | 3. Meminta pendapat teman atau kerabat terhadap produk Something.                                       |               |
|  |                                 | 1. Pembeli dapat memberikan kritik dan saran kepada pihak Something.                                    |               |
|  |                                 | 2. Mendengar komentar dari masyarakat atau kerabat mengenai pengalaman mereka terkait produk Something. |               |
|  |                                 | 3. Pihak Something menerima tanggapan dan memberikan respon yang baik katas saran dan                   |               |
|  | <i>Tracking</i><br>(Pengawasan) |   | <i>Likert</i> |





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

**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.

|                         |  |  |               |
|-------------------------|--|--|---------------|
|                         |  | kritik yang diberikan.   |               |
| Keputusan Pembelian (Y) | <i>Problem Recognition</i><br>(Pengenalan Masalah) | 1. Konsumen menyadari kebutuhannya, dan merek berhasil memotivasi.   |               |
|                         |  | 2. Tertarik untuk membeli setelah melihat <i>influencer</i> mempromosikan dan menggunakan produk Somethinc | <i>Likert</i> |
|                         |  | 3. Tertarik untuk membeli setelah melihat secara langsung seseorang menggunakan produk Somethinc.          |               |
|                         | <i>Information Search</i><br>(Pencarian Informasi) | 1. Kesesuaian informasi yang diberikan kepada konsumen mulai   | <i>Likert</i> |



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

**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.

|  |   |   |               |
|--|---|---|---------------|
|  |   | mengenal produk<br>Somethinc.   |               |
|  |   | 2. Mengetahui<br>kualitas produk<br>Somethinc yang<br>diberikan adalah<br>kualitas yang<br>terbaik. |               |
|  |   | 3. Konsumen mulai<br>memahami<br>kualitas produk<br>dari Somethinc.                                 |               |
|  | <i>Evaluation of<br/>Alternatives<br/>(Evaluasi<br/>Alternatif)</i> | 1. Membeli<br>produk<br>Somethinc<br>untuk<br>memuaskan<br>suatu<br>kebutuhan                       | <i>Likert</i> |
|  |   | 2. Konsumen<br>mendapatkan<br>manfaat dari<br>solusi produk,  |               |
|  |   | 3. Menganggap<br>produk   |               |



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

**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.

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
|   |  | Somethinc adalah atribut yang mampu memberikan sebuah manfaat. |  |
| <i>Purchase Decision</i><br>(Keputusan Pembelian)           | 1. Keputusan yang diambil setelah melakukan penyaring terhadap referensi.      | <i>Likert</i>  |  |
|   | 2. Keinginan untuk membeli produk Somethinc karena referensi yang di dapatkan. |  |  |
|   | 3. Membeli produk Somethinc karena brand yang terkenal.                        |  |  |
| <i>Postpurchase Behaviour</i><br>(Perilaku Pasca Pembelian) | 1. Merasa puas setelah membeli produk Somethinc                                | <i>Likert</i>  |  |
|   | 2. Merasa cocok setelah  | <i>Likert</i>  |  |



|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | menggunakan produk Somethinc dan akan melakukan <i>repurchasing</i> |  |
|--|--|---|--|

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Angket (kuesioner) merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup (dilihat dari cara menjawab) dimana jawabannya sudah disediakan sehingga responden tinggal memilih. Tujuan dari kuesioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa membuat khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

Dalam Menyusun penelitian ini, peneliti menggunakan kuisisioner yang akan disebarakan melalui *google form* kepada responden sebagai instrumen penelitian dengan memberikan beberapa pilihan pertanyaan untuk dijawab oleh responden dan akan di sebar di wilayah Kelapa Gading. Tujuan dari kuesioner adalah melihat ketertarikan responden terhadap produk Somethinc sehingga muncul keputusan pembelian pelanggan terhadap produk Somethinc.

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.



## E. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah himpunan bagian dari populasi. Sampel juga bisa disebut sebagai subgroup populasi yang dipilih untuk melibatkan dalam penelitian. Sedangkan sampling adalah proses pemilihan satuan pengamatan (elemen) dalam jumlah yang cukup sebagai sampel dari populasi, sehingga dengan mempelajari sampel, maka kesimpulan-kesimpulan tentang populasi.

Dalam penelitian ini, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Dengan pendekatan subjektif seperti *non-probability sampling*, probabilitas dalam memilih elemen populasi tidak diketahui. Teknik pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah teknik *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit dan kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan. Tujuan nya adalah untuk menggali informasi sebanyak-banyaknya dan sedalam mungkin guna merinci kekhasan yang ada sehingga dapat menjawab permasalahan peneliti.

Penentuan sampel populasi akan dihitung menggunakan rumus Hair. Menurut Hair (2010:176) sampel yang terlalu besar bisa membuat statistik menjadi terlalu sensitif, yang dapat menyebabkan kesalahan. Pada penelitian ini menggunakan rumus Hair karena ukuran populasi yang ingin diteliti tidak memiliki jumlah yang pasti.

Rumus Hair yang digunakan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali dengan variabel indikator. Jadi karena indikator terdapat 27 buah maka akan dikali 5 ( $27 \times 5 = 135$ ). Jadi melalui perhitungan atas dasar rumus tersebut, maka didapat jumlah sampel dari penelitian ini sebesar 135 orang.

## F. Teknik Analisis Data



Analisis data yaitu proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis data pada riset kuantitatif berbentuk angka-angka, maka analisis datanya berupa perhitungan melalui uji statistik.

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, ada beberapa yang dapat digunakan seperti:

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner.

Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana instrumen seperti kuisioner

akan mengukur apa yang ingin diukur. Suatu instrumen dianggap valid apabila

mampu mengukur apa yang di inginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh

data yang tepat dari variabel yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti membagikan

kuisioner kepada 30 orang responden melalui *google form* pada tanggal 19 Agustus

2022 sampai tanggal 28 Agustus 2022. Pengujian validitas dalam penelitian ini

menggunakan Teknik Korelasi *Pearson Product Moment*, dengan rumusan sebagai

berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi r Pearson

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.



n = Jumlah sampel/observasi

Ⓒ X = Variabel bebas/variabel independen

Y = Variabel terikat/variabel dependen

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang kali atau lebih. Indikator pernyataan dinyatakan reliable apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* >0,7.

Koefisien *Alpha Cronbach* (Ca) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama 0,70. Rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

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

Keterangan:

r<sub>11</sub> = Reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang di uji

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.



$\Sigma\sigma t2$  = Jumlah varian skor – skor tiap item

$\sigma t2$  = Varian total

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

### 3 Skala Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam Menyusun instrumen seperti kuisisioner, variable-variabel diurai dulu menjadi indikator-indikator, indicator diurai menjadi pertanyaan atau pernyataan. Ketika digunakan dalam kuisisioner, yang paling banyak digunakan yaitu skala untuk mengukur sikap. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh periset. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pernyataan yang harus di isi responden.

Skala Likert memiliki ketentuan didalamnya yang berisi keterangan dari jawaban yang telah diisi responden dengan rentang angka yang diberikan yaitu skor yang berguna untuk mengukur hasil jawaban responden. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur akan dijabarkan kemudian sub-variabel akan dijabarkan lagi sebagai indikator-indikator pernyataan yang akan menjadi ujung tombak dari penelitian ini, sehingga skala likert memiliki beberapa ketentuan yang memudahkan kita menghitung skor yang diperoleh responden. Keterangan mengenai pembagian skor dan kategori akan ditunjukkan pada Tabel 3.2.

**Tabel 3. 2**  
**Skala Likert**

| No | Pilihan Jawaban     | Kode | Skor |
|----|---------------------|------|------|
| 1  | Sangat tidak setuju | STS  | 1    |
| 2  | Tidak setuju        | TS   | 2    |
| 3  | Ragu-ragu           | RR   | 3    |
| 4  | Setuju              | S    | 4    |

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.





Sumber: Sugiyono, 2018 : 135

#### 4. Rentang Skala

Rentang Skala Digunakan untuk mengukur dan menilai variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini rentang skala digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana pengaruh komunikasi *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pelanggan di wilayah Kelapa Gading. Untuk menentukan rentang skala menggunakan rumus sebagai berikut :

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

#### 5. Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, pengujian statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi untuk variabel-variabel penelitian. Statistik deskriptif dapat memberikan deskripsi data berupa nilai rata-rata (mean), varian, standar deviasi,

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.



nilai maksimum, nilai minimum, sum, *range*, kurtosis, hingga kemencengan distribusi (skewness). Dalam penelitian ini, nilai-nilai yang diukur adalah nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan nilai standar deviasi.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 6 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi populasi penelitian termasuk normal atau tidak maka diperlukan pengujian data dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (KS). Dalam Langkah-langkah penelitian dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho: nilai residual berdistribusi normal

Ha: nilai residual tidak berdistribusi normal

Dasar dari pengambilan keputusan pada *One Sample Kolmogrov- Smirnov Test* dilakukan dengan menggunakan kriteria pengujian  $\alpha = 0,05$  dimana:

Jika  $\text{sig} > \alpha$ , maka residual berdistribusi normal

Jika  $\text{sig} < \alpha$ , maka residual tidak berdistribusi normal

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## 7 Analisis Linier Regresi Sederhana

Uji Linier Regresi Sederhana bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel penelitian yang digunakan mempunyai hubungan yang linier ataukah tidak secara signifikan. Jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui baik variabel bebas X maupun variabel terikat Y sedangkan nilai-nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan rumus:

$$Y = \alpha + \beta x$$

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.



Keterangan:

Y = Variabel tidak bebas (subjek dalam variabel tak bebas / dependen yang diprediksi)

X = Variabel bebas (subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu)

$\alpha$  = Nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

$\beta$  = Koefesien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

## 8 Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian diartikan sebagai jawaban sementara terhadap merumuskan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis harus diartikan melalui data yang terkumpul. Secara statistik hipotesis diartikan sebagai pertanyaan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan di uji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik parameter) yang akan di uji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh komunikasi *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk Somethinc. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ).

### a. Uji Kelayakan Model (Uji F)

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.



Uji F digunakan untuk melihat apakah model regresi yang ada layak atau tidak. Layak artinya model regresi yang ada dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh storytelling marketing terhadap citra merek Tokopedia. Melalui tabel ANOVA, Model regresi dinyatakan layak apabila nilai F hitung  $>$  F tabel.

#### b. Uji Variabel (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika thitung  $>$  tabel atau nilai signifikansi uji t  $<$  0,05 maka disimpulkan bahwa secara individual variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Langkah untuk uji t adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan hipotesis yang akan diuji.

Hipotesis yang akan diuji yaitu:

$H_0: \beta_i = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Somethinc.

$H_1 : \beta_i > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif dari word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada Somethinc.

2. Menentukan tingkat signifikansi =  $\alpha$  sebesar 0,05
3. Menentukan daerah keputusan:
  - a) Apabila  $t_{sig} <$  dari 0,05 maka  $H_0$ ditolak dan  $H_1$ diterima, artinya secara parsial komunikasi *word of mouth* (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Somethinc (Y).
  - b) Apabila  $t_{sig} >$  dari 0,05 maka  $H_0$ diterima dan  $H_1$ ditolak, artinya secara parsial komunikasi *word of mouth* (X) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Somethinc (Y).



### C. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen.

(Ghozali, 2018:97). *Range* nilai koefisien determinasi diukur di antara 0 sampai

1. Semakin kecil nilai  $R^2$ , maka semakin kecil dan terbatas pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati satu), maka variabel independen dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Penelitian ini juga menggunakan nilai *Adjusted R Square* dimana nilai ini digunakan sebagai indikator evaluasi dalam menentukan model regresi yang terbaik. Nilai *Adjusted R Square* dapat naik atau turun apabila ditambahkan satu variabel independen ke dalam model.

Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka penulis menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = nilai koefisien determinasi

$r^2$  = nilai koefisien korelasi

$KD = r^2 \times 100\%$

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.

Besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) terletak diantara 0 dan 1 atau diantara 0% sampai dengan 100%. Sebaliknya jika  $R^2= 0$ , model tadi tidak menjelaskan sedikitpun pengaruh variasi variabel X terhadap Y.

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

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.

