



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *marketplace* Shopee. Kemudian, penelitian dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada subjek penelitian, yakni pelanggan yang pernah berbelanja online melalui Shopee minimal 2 (dua) kali dalam sebulan terakhir dan berusia minimal 17 tahun.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:126), desain penelitian merupakan gambaran dari penelitian berupa rencana dan struktur yang bertujuan untuk menjawab garis besar tentang apa yang dilakukan oleh peneliti yang tertuang dalam bentuk pertanyaan melalui implikasi operasional serta penyusunan hipotesis terhadap analisis akhir dari data yang didapatkan. Ada pendekatan yang dapat ditinjau dari beberapa perspektif berbeda dalam penelitian ini, yaitu:

##### 1. Tingkat Perumusan Masalah

Penelitian ini dapat digolongkan ke dalam jenis penelitian formal, dikarenakan penelitian ini dimulai dengan merumuskan masalah lalu berlanjut sampai pengujian hipotesis. Hipotesis diuji dengan tujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dipaparkan dalam rumusan masalah.

##### 2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data melalui studi komunikasi yang dilakukan dengan metode survey. Metode survey dilakukan dengan menyebarkan beberapa

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.



daftar pertanyaan berupa kuesioner kepada responden, pertanyaan tersebut mencakup variabel yang ada dalam penelitian ini. Tujuan melakukan metode pengumpulan data melalui kuesioner ini adalah untuk mendapatkan secara langsung data yang berasal dari responden penelitian ini atau bisa disebut juga data primer. Responden penelitian ini yakni pelanggan Shopee yang bertempat tinggal di wilayah Jabodetabek.

### 3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian *ex post facto*, artinya penelitian ini bersifat empiris dan sistematis karena peneliti tidak bisa mengendalikan atau mengontrol variabel penelitian. Dengan kata lain, variabel tidak dapat dimanipulasi oleh peneliti. Maka peneliti hanya dapat melaporkan peristiwa yang sedang terjadi atau peristiwa yang sudah terjadi saat penelitian ini dilakukan.

### 4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kausal. Dikatakan sebagai penelitian kausal dikarenakan penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel-variabel yang ada didalam penelitian ini memiliki hubungan dan ingin mempelajari bagaimana variabel yang satu dapat mengakibatkan perubahan pada variabel yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh *electronic word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan dan niat beli ulang melalui Shopee.

### 5. Dimensi Waktu

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian *cross-sectional*. Termasuk ke dalam *cross-sectional* dikarenakan pengumpulan data yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian ini hanya dilakukan hanya sekali dalam satu periode tertentu, yaitu pada saat pembagian kuesioner.

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



## 6. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Penelitian ini tergolong sebagai studi statistik. Hal ini dikarenakan tujuan dari penelitian ini bukan untuk memperdalam tetapi memperluas studi, sehingga uji statistik akan dilakukan untuk menguji secara kuantitatif hipotesis yang ada dalam penelitian ini.

## 7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini dapat digolongkan ke dalam penelitian lapangan (*field studies*), karena objek penelitian dan subjek penelitian berada dalam lingkungan yang aktual sehingga data yang berasal dari kuesioner yang disebarakan kepada responden dapat diperoleh secara langsung.

## 8. Persepsi Subjek

Persepsi subjek merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah penelitian karena jawaban-jawaban yang didapatkan dari responden atau subjek penelitian akan memberikan pengaruh terhadap hasil kesimpulan dari penelitian ini. Karena itu, hasil penelitian dapat dipengaruhi oleh persepsi subjek penelitian. Maka dalam hal ini, peneliti berusaha untuk menghindari persepsi negatif terhadap penelitian ini karena persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak menyimpang dari situasi dalam kehidupan sehari-hari.

## C. Variabel Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:77), “variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau mengubah nilai”. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth*, kepuasan pelanggan dan niat beli ulang.

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



Dalam penelitian ini, variabel yang akan digunakan berupa variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen atau sering juga disebut sebagai variabel terikat merupakan variabel yang terbentuk sebagai akibat dari adanya variabel independen, dengan kata lain ini merupakan variabel yang dipengaruhi. Sedangkan, variabel independen atau sering juga disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab dari adanya perubahan terhadap variabel dependen.

Dengan kata lain variabel ini merupakan variabel yang mempengaruhi. Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel independen adalah *electronic word of mouth*, kepuasan pelanggan sedangkan variabel dependen adalah niat beli ulang.

## 2. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel akan dilakukan dengan menggunakan Skala Likert dalam penelitian ini. Menurut Sekaran dan Bougie (2017: 278), skala likert didisain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima-titik dengan panduan sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Tabel Skala Likert**

Skala Peringkat	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Dalam melakukan pengukuran melalui skala likert, responden akan diminta untuk memberikan tanggapan setuju atau tidak setuju atas setiap pernyataan yang dimana tanggapan tersebut akan dinyatakan berdasarkan skor numerik yang dapat mengukur tingkat kesukaan dari responden secara keseluruhan.

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.



a. Variabel Independen

(1) *Electronic Word of Mouth*

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel *Electronic Word of Mouth*

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pernyataan	Skala
<b>Electronic Word of Mouth</b> {Sari, et al (2017)} Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	Intensitas	Frekuensi mengakses informasi dari media sosial	Saya sering mencari informasi yang berkaitan tentang Shopee.	Likert
		Frekuensi interaksi dengan pengguna media sosial	Saya sering berinteraksi <i>online</i> dengan Shopee.	Likert
		Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna media sosial	Saya melihat banyaknya ulasan atau komentar dari orang lain tentang Shopee.	Likert
	Pendapat Positif	Komentar positif dari pengguna media sosial	Saya melihat banyak komentar positif dari orang lain tentang Shopee.	Likert
		Rekomendasi dari pengguna media sosial.	Saya tertarik membeli produk di Shopee karena rekomendasi dari orang lain.	Likert
	Konten	Informasi pilihan produk	Saya tertarik berbelanja di Shopee karena banyaknya pilihan atas produk yang diberikan.	Likert
		Informasi kualitas produk	Saya tertarik berbelanja di Shopee karena produk yang dijual berkualitas.	Likert
	Konten	Informasi mengenai harga yang ditawarkan	Saya tertarik berbelanja di Shopee karena harganya yang ditawarkan.	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Electronic Word of Mouth {Sari, et al (2017)}

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.



<p>© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>		<p>Informasi mengenai keamanan transaksi dan situs jejaring internet yang disediakan.</p>	<p>Saya tertarik berbelanja di Shopee karena keamanan bertransaksi dan situs jejaring internet yang disediakan oleh Shopee.</p>	<p>Likert</p>
---	--	---	---	---------------

(2) Kepuasan Pelanggan

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
<p><b>Kepuasan Pelanggan</b> {Firmansyah (2018: 134)}</p>	<p>Kualitas Produk</p>	<p>Saya merasa puas dengan kualitas produk yang dijual di Shopee.</p>	<p>Likert</p>
	<p>Harga</p>	<p>Saya merasa puas atas kesesuaian produk dengan harga yang ditawarkan.</p>	<p>Likert</p>
	<p>Kualitas Pelayanan</p>	<p>Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh <i>customer service</i> pada Shopee.</p>	<p>Likert</p>
	<p>Faktor Emosional</p>	<p>Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh <i>customer service</i> pada Shopee.</p>	<p>Likert</p>
	<p>Biaya dan Kemudahan</p>	<p>Saya merasa puas berbelanja di Shopee karena relatif mudah dalam mendapatkan produk atau pelayanan.</p>	<p>Likert</p>
		<p>Saya merasa puas berbelanja di Shopee karena relatif mudah dalam mendapatkan produk atau pelayanan.</p>	<p>Likert</p>
		<p>Saya merasa puas berbelanja di Shopee karena relatif mudah dalam mendapatkan produk atau pelayanan.</p>	<p>Likert</p>

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.



**b. Variabel Dependen**

**(1) Niat Beli Ulang**

**Tabel 3.4**

**Operasionalisasi Variabel Niat Beli Ulang**

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Niat Beli Ulang (Marina, et al (2020))	Niat Transaksional	Saya tertarik untuk berbelanja ulang di Shopee.	Likert
	Niat Referensial	Saya tertarik untuk berbelanja ulang di Shopee.	Likert
	Niat Preferensial	Saya memilih Shopee sebagai pilihan situs belanja <i>online</i> saya dalam memenuhi kebutuhan.	Likert
	Niat Eksploratif	Saya sering mencari informasi mengenai produk, sebelum melakukan pembelian di Shopee.	Likert

**D. Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi menurut Sekaran dan Bougie (2017:248), adalah ruang lingkup generalisasi yang dibentuk dari gabungan beberapa elemen berdasarkan karakteristik tertentu untuk dipelajari sehingga dapat ditarik kesimpulan. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pelanggan di wilayah Jabodetabek yang pernah berbelanja di Shopee.

Dari populasi yang ada, peneliti hanya akan mengambil beberapa sampel dalam melakukan penelitian ini. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:68), sampel adalah gabungan setiap individu yang menjadi bagian dari populasi tersebut untuk mewakili populasi lain.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Non-probability Sampling* karena peneliti tidak dapat mengetahui secara pasti berapa jumlah pelanggan di wilayah Jabodetabek yang pernah berbelanja di Shopee. *Non-*

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



*probability sampling* merupakan salah satu teknik pengambilan sampel dimana setiap unsur populasi tidak akan diberikan peluang yang sama untuk dijadikan sampel (Sekaran & Bougie, 2017:59).

Teknik pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *Judgment Sampling* atau yang disebut juga dengan pengambilan sampel bertujuan.

*Judgment Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik atau kriteria tertentu yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yakni :

1. Responden memiliki akun dan pernah berbelanja di Shopee,
2. Responden sudah pernah membeli produk melalui situs web Shopee minimal 2 (dua) kali dalam sebulan terakhir,
3. Responden berdomisili di wilayah Jabodetabek,
4. Responden minimal berusia 17 tahun.

Menurut Hair *et al.* (2019:132), menjelaskan jumlah sampel kurang dari 50 tidak dapat menganalisis faktor, sebaiknya jumlah sampel harus 100 atau lebih besar. Dalam hal rasio pengamatan terhadap variabel, umumnya minimal lima kali lebih banyak daripada jumlah variabel yang dianalisis dan ukuran sampel yang lebih dapat diterima memiliki rasio dikali sepuluh. Jadi, karena dalam penelitian ini terdiri dari 20 pernyataan, maka peneliti menetapkan ukuran sampel sebanyak 100 orang responden, yang didapatkan dari 20 item pertanyaan penelitian dikali 5 ( $20 \times 5 = 100$ ).



## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:170), kuesioner merupakan salah satu instrumen krusial dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa daftar pertanyaan tertulis kepada responden baik secara langsung maupun tidak langsung. Kuesioner secara umum dibuat untuk mengumpulkan banyaknya data kuantitatif. Dalam kuesioner, kuesioner dapat diberikan secara personal, dikirimkan kepada responden atau disebarluaskan melalui media elektronik.

Kuesioner akan disebarluaskan kepada responden yang pernah berbelanja *online* melalui Shopee khususnya di wilayah Jabodetabek. Teknik ini dilakukan karena memungkinkan untuk memperoleh dan mengumpulkan respon keseluruhan dari responden dalam periode waktu yang singkat. Pertanyaan yang diajukan berupa pertanyaan tertutup, mengenai *electronic word of mouth*, kepuasan pelanggan dan niat beli ulang melalui Shopee.

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Validitas menurut Sekaran dan Bougie (2017:35), adalah uji tentang seberapa baik suatu instrument yang dikembangkan mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. Pengujian validitas ini digunakan oleh peneliti untuk mengukur sah atau tepat tidaknya suatu data berdasarkan yang terdapat pada hasil kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.



Jadi uji validitas digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur. Rumus korelasi product moment sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = korelasi

X = skor tiap pertanyaan

Y = skor total

n = jumlah responden

Kriteria utama untuk pengambilan keputusan adalah :

- r-hitung > r –tabel, maka pertanyaan yang diteliti dapat dianggap valid
- r-hitung < r –tabel, maka pertanyaan yang diteliti dapat dianggap tidak valid

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:35), reliabilitas adalah uji yang mengukur bagaimana instrument pengukuran secara konsisten mengukur apapun konsep yang sedang diukur. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui bagaimana kuatnya korelasi butir-butir dalam kuesioner atau menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa adanya kesalahan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila

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.



digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

- $r_{11}$  = reliabilitas instrumen
- $k$  = banyak butir pertanyaan
- $\sigma t^2$  = varian total
- $\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir

### 3. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2018:19), memberikan gambaran atau deskripsi data dalam hal nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah, diantaranya sebagai berikut :

#### a. Rata- Rata Hitung

Menghitung skor menggunakan semua koefisien antara frekuensi dan nilai masing- masing skor dibagi dengan jumlah total frekuensi. Rata- rata hitung dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$X = \sum \frac{Fi \cdot Xi}{n}$$

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.



Keterangan :

X = Skor rata- rata

Fi = Frekuensi pemilihan nilai

Xi = Skor (1, 2, 3, 4, 5)

N = Jumlah sampel

### Analisis Presentase

Analisis presentase adalah analisis yang menentukan karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Analisis presentase dilakukan dengan menghitung presentase dengan menggunakan rumus :

$$P = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Presentase responden yang memiliki kategori tertentu

$\sum f_i$  = Jumlah responden dalam suatu kategori tertentu

n = Total responden

### Rentang Skala

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Peserta diminta untuk setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan. Skala ini menghasilkan data interval. Skala yang digunakan terdiri dari angka yang dimulai dari angka 1 sampai dengan 5, dimana angka 1 menunjukkan nilai terendah dan angka 5 menunjukkan angka tertinggi. Skor nilai yang diberikan untuk setiap jawaban dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

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.



1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Untuk menghitung rata-rata nilai responden, membentuk kelas dari range tersebut, dan mengetahui pertanyaan-pertanyaan berdasarkan kelasnya masing-masing.

$$Range = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

m = skor nilai tertinggi

n = skor nilai terendah

b = banyaknya kategori

Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terendah adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$R_5 = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

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.



Sehingga interpretasi angka-angkanya adalah sebagai berikut:

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- 1,00-1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)
  - 1,81-2,60 = Tidak Setuju (TS)
  - 2,61-3,40 = Netral (N)
  - 3,41-4,20 = Setuju (S)
  - 4,21-5,00 = Sangat Setuju (SS)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Analisis berganda menurut Sekaran dan Bougie (2017:139), adalah salah satu teknik analisis multivariat yang dapat mengukur hubungan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Tujuan dari persamaan regresi dalam penelitian ini untuk menguji variabel bebas atau mengenali seberapa besarnya pengaruh variabel independent (bebas) yang berupa *Electronic Word of Mouth* ( $X_1$ ), Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) terhadap Niat Beli Ulang ( $Y$ ). Berikut adalah persamaan regresi berganda:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

$Y$  = Niat Beli Ulang

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisiensi regresi variabel ( $X_1$ )

$\beta_2$  = Koefisiensi regresi variabel ( $X_2$ )

$X_1$  = *Electronic Word of Mouth*

$X_2$  = Kepuasan Pelanggan

$\varepsilon$  = Error

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.



Adapun persamaan regresi diatas akan di estimasi dengan persamaan regresi estimasi seperti dibawah ini :

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

= Estimasi niat beli ulang

$b_0, b_1, b_2$  = Statistik

$b_1$  = Koefisien regresi estimasi *electronic word of mouth*

$b_2$  = Koefisien regresi estimasi kepuasan pelanggan

Setelah persamaan regresi estimasi telah diperoleh, lalu akan dilanjut dengan dilakukannya uji asumsi klasik.

#### a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah sebuah metode untuk menguji suatu model atau persamaan regresi dengan tujuan untuk mencari tahu apakah model regresi berganda ini layak untuk digunakan terhadap variabel - variabel yang terdapat pada penelitian yang akan diujikan dan juga terbebas dari gejala multikolinearitas, gejala autokorelasi dan juga gejala heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

##### (1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), fokus utama daripada uji normalitas adalah untuk memberitahukan apakah distribusi dari suatu data mendekati distribusi normal atau tidak, distribusi normal sendiri merupakan distribusi daripada sebuah data dalam bentuk sebuah lonceng atau bell shaped.

Sebuah data dikatakan baik apabila memiliki pola distribusi normal yang seimbang artinya tidak berat sebelah baik kiri maupun kanan. Uji normalitas di dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik

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.



Kolmogorov Smirnov (K-S) yang dinyatakan dalam Asymp.Sig (2-tailed) dengan keterangan:

- Ho : Data residual dengan distribusi normal
- Ha : Data residual dengan distribusi tidak normal

Berikut adalah kriteria utama dalam mengambil keputusan

- Jika probabilitas  $\leq 0,05$ , maka Ho tidak diterima
- Jika probabilitas  $\geq 0,05$ , maka Ho diterima

## (2) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2018:107), uji multikolinieritas memiliki fokus atau tujuan untuk mencari tahu apakah model regresi yang ditemukan memiliki korelasi dengan variabel bebasnya atau tidak, jika tidak ditemukan korelasi antar variabel independen, berarti variabel - variabel ini dikategorikan tidak ortogonal. Variabel dikatakan sebagai variabel ortogonal apabila nilai korelasi pada sesama variabel independen sama dengan nol.

Dalam pengambilan keputusan pertimbangan utamanya adalah :

- Jika nilai VIF  $< 10$ , berarti multikolinieritas tidak terjadi
- Jika nilai VIF  $> 10$ , berarti multikolinieritas akan terjadi

## (3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018: 137), Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu komponen dari uji asumsi klasik dalam pembuatan model regresi yang bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya kesamaan varian suatu residual dari pengamatan satu ke pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Varian residual dikatakan homoskedastisitas apabila dari pengamatan



satu ke pengamatan lainnya tetap, jika varian residual berbeda dari pengamatan satu ke pengamatan lainnya maka disebut heteroskedastisitas.

Statistik uji yang digunakan adalah Uji Glesjer. Uji Glesjer dilakukan dengan cara meregresi nilai absolute dari nilai residual terhadap variabel independen. Dari hasil regresi tersebut, dapat diketahui terjadi atau tidak heteroskedastisitas Dalam mengukur heteroskedastisitas kriteria utama yang perlu diperhatikan adalah :

- Jika nilai sig > 5%, berarti heteroskedastisitas tidak terjadi
- Jika nilai sig < 5%, berarti heteroskedastisitas terjadi

**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**

**b. Uji Kesesuaian Model (Uji F)**

Menurut Ghazali (2018:179), Uji F memiliki tujuan utama untuk menguji pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikatnya (dependen). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (5%). Untuk melihat signifikansi model regresi maka digunakanlah Uji F ini dengan hipotesis berikut :

- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$
- $H_a : \text{Tidak semua } \beta_1 = 0$

Menurut Ghazali (2018:98), dasar pengambilan keputusan dengan kriteria utama dalam mengambil keputusan sebagai berikut :

- Jika nilai Sig F > 0,05, maka terima  $H_0$  yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan

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.



- Jika nilai Sig F < 0,05, maka tolak H<sub>0</sub> yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### c. Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98), Uji t memiliki tujuan utama yaitu adalah untuk menguji seberapa jauhnya suatu variabel bebas (independen) secara individual berpengaruh dalam menerangkan variabel dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Berikut adalah hipotesis yang digunakan:

- H<sub>0</sub> :  $\beta_1 = 0$
- H<sub>a</sub> :  $\beta_1 > 0$

Dasar pengambil keputusan sebagai berikut :

- Jika nilai Signifikansi (sig) < probabilitas 0,05 maka terdapat pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.
- Jika nilai signifikansi (sig) > probabilitas 0,05 maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

#### d. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut Ghozali (2018: 97), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan

hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

- $R^2 = 0$ , artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
- $R^2 = 1$ , artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (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.