



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:38), objek penelitian adalah Suatu atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam objek penelitian dalam penelitian ini adalah EWOM yang dilakukan oleh Ci Mehong dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebuah produk. Sedangkan Subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang menggunakan media sosial dan mengikuti atau tahu dengan keunikan dari Ci Mehong dalam mempromosikan sebuah barang atau produk.

Peneliti memilih objek tersebut dikarenakan keunikan yang dimiliki oleh Ci Mehong dalam mempromosikan barang yang dijualnya dan juga ia sering sekali menyebutkan apa yang diingini oleh pengikutnya dia menjual. Dan juga di akhir setiap video yang dibuatnya beda dari yang lain yang sering mengajak orang-orang untuk membelinya, tetapi Ci Mehong sendiri sering menyebutkan “*buat yang mau-mau aja*” atau “*buat yang sultan-sultan aja*” kalimat-kalimat tersebut menjadi *tagline* atau kunci pengingat serta ciri khas dari konten jualan Ci Mehong.

Dengan kombinasi strategi otentik, konten *review* jujur, dan penggunaan *tagline* yang menggelitik, Ci Mehong berhasil menarik perhatian dan menciptakan *viral marketing* di TikTok. Ci Mehong telah memahami betapa pentingnya kreativitas, keaslian, dan daya tarik konten untuk membangun hubungan dengan pengguna media sosial. Dan juga sebelumnya penulis juga kerap membahas, banyak juga yang membuat beberapa *content creator* membuat konten dimana memberikan tanggapan terkait rasa dan kualitas dari produk Ci Mehong.



B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Yang dimana memiliki tujuan untuk mengembangkan dan juga menggunakan suatu model matematis, teori, dan juga hipotesis yang juga erat kaitannya dengan sebuah fenomena alam.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:147), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan dengan apa adanya dan tidak ada maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk melakukan analisis data.

C. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:68), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel independen (variabel X) dan variabel dependen (variabel Y). Variabel independen merupakan sebuah variabel yang menjadi alasan atau penyebab pada variabel lain atau yang memiliki dampak terhadap variabel lainnya. Variabel independen atau dapat disebut juga dengan variabel bebas yang dilambangkan dengan huruf X.

Sedangkan variabel dependen adalah sebuah variabel yang mendapatkan pengaruh dari variabel lain dan merupakan suatu persoalan pokok yang harus diteliti. Variabel dependen atau disebut juga dengan variabel tidak bebas yang dilambangkan dengan huruf Y. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *electronic word of mouth* sebagai variabel X dan pembelian impulsif sebagai variabel Y.



Tabel 3.1
Operasional Variabel X

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
E-WOM (X)	Intensitas	1. Frekuensi unggahan informasi tentang produk atau jasa 2. Frekuensi munculnya pembahasan atau review tentang produk atau jasa di sebuah akun media online. 3. Frekuensi interaksi antar konsumen dalam membahas produk atau jasa	Likert
	Valensi Opini	1. Adanya komentar positif 2. Rekomendasi dari pengguna lain	Likert
	Konten	1. Informasi mengenai variasi produk 2. Informasi mengenai kualitas produk 3. Informasi mengenai harga yang ditawarkan	Likert

Tabel 3.2
Operasional Variabel Y

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Faktor Budaya	1. Membeli karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan	Likert
	Faktor Sosial	1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi mengenai produk 2. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain	Likert



<p>© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p>Pribadi</p>	<p>1. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai. 2. Membeli karena merasa merek terjangkau</p>	<p>Likert</p>
------------------------------------------------------------------------	----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------

D Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Dimana merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner sendiri merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukurnya dan juga tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan apabila jumlah respondennya cukup besar dan tersebar ke wilayah yang lebih luas.

Menurut Sugiyono (2018:152), skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengukuran variabel dengan skala Likert.

E Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan begitu sampel adalah sebagian dari populasi yang dimana karakteristiknya hendak untuk diselidiki dan bisa mewakili secara keseluruhan populasinya. Sehingga, jumlahnya nanti akan menjadi lebih sedikit dibandingkan dengan populasinya.

Menurut Sugiyono (2019:126) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil populasinya dari satu media sosial yaitu, TikTok. Dimana jumlah pengikut atau *Followers* dari media sosial Ci Mehong mencapai 433 ribu



pengikut dan akan menghitung ukuran sampel yang akan dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan teknik Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang bisa ditolerir;

Jumlah populasi dalam penelitian ini terdapat 433 ribu pengikut, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungannya dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka dari itu, untuk dapat mengetahui sampel penelitian dengan perhitungan sebagai berikut;

$$n = \frac{433.000}{1 + 433.000 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{433.000}{4330.01} = 99.9 ; \text{dibulatkan } 100.$$

Berdasarkan perhitungan dengan sampel diatas yang akan menjadi responden di dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam mengolah data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

F Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, jenis datanya yang akan digunakan adalah menggunakan analisis statistik deskriptif. Dimana menurut Sugiyono (2018:226), statistik deskriptif merupakan statistik yang berfungsi dalam menganalisa data dengan mendeskripsikan data yang sudah terkumpul dengan sebagaimana adanya, tanpa ada maksud untuk membuat kesimpulan yang bersifat generalisasi. Pada teknik analisis data ini, peneliti menggunakan program SPSS untuk mempermudah proses perhitungan. Teknik analisis data yang akan digunakan untuk menganalisis data sebagai berikut:



1. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2018:19), analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan suatu data. Data yang dicantumkan terdiri dari nilai total, nilai minimum, nilai maksimum, serta nilai rata-rata. Perhitungan nilai tersebut menggunakan program SPSS untuk mempermudah proses perhitungan. Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Oleh karena itu, perlu dihitung dengan rumus skala sebagai berikut:

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

Keterangan:

RS = rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Keterangan:

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)

2. Uji Validitas

Menurut Kournikova (2022:41), uji validitas adalah suatu alat pengujian terhadap kuesioner untuk mengukur ketepatan suatu kuesioner. Teknik pengujian yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi Bivariate Pearson (product moment pearson). Analisis Bivariate Pearson dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang



berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap.

Jika koefisien (r) yang diperoleh lebih besar dari koefisien tabel r product moment maka pernyataan dinyatakan valid. Maka rumus korelasi untuk mencari hasil koefisien korelasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

x = Skor pernyataan

y = Skor Total

n = jumlah responden

3. Uji Reliabilitas

Menurut Kournikova (2019:41) mengatakan uji ini diperlukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan responden saat menjawab pernyataan pada kuesioner. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's alpha*. Reliabilitas menurut Herlina dibagi ke dalam 2 kategori yaitu:

1. Cronbach's alpha < 0,60 = Tidak Reliabel
2. Cronbach's alpha > 0,60 = Reliabel

Berikut ini disajikan rumus *Cronbach's Alpha*:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan:

r_i = Koefisien reliabilitas

$\sum S_i^2$ = Jumlah varians skor tiap item

S_t^2 = Varian total



k = Jumlah item pernyataan

4. Analisis Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono (2017:260) analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara suatu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan analisis regresi sederhana untuk dapat melihat hubungan antara variabel X (EWOM) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian). Adapun rumus yang digunakan:

$$Y = a + \beta X + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (EWOM)

X = Variabel independen (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta (nilai Y apabila X=0)

β = Koefisien regresi

e = Standar error

5. Uji Hipotesis

a. Uji Statistik F

Uji F berfungsi untuk mengetahui layak atau tidaknya model regresi yang digunakan, dimana model regresi layak digunakan adalah model regresi yang dapat menjelaskan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F ini dapat dilihat dari tabel ANOVA. Model regresi dinyatakan layak apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan F hitung $> F$ tabel. Sebaliknya, model regresi dinyatakan tidak layak apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan F hitung $< F$ tabel.

b. Uji Statistik t

Menurut Ghozali (2018:152), uji t berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan $< 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel, maka terdapat pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikan $> 0,05$ dan t hitung $< t$ tabel, maka tidak terdapat pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.



6. Analisis Korelasi Pearson

Analisis korelasi pearson atau yang biasa dikenal dengan korelasi *product moment* adalah sebuah analisis untuk mengukur keeratan dari sebuah hubungan secara linier diantara dua variabel yang memiliki data distribusi yang normal (Duwi Priyatno 2014: 123). Untuk dapat menganalisis dan menentukan apakah kedua variabel yaitu, variabel X dan variabel Y terdapat hubungan yang signifikan, maka peneliti menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N \cdot \Sigma x^2 - (\Sigma X)^2\} \{N \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Angka indeks korelasi dari antar variabel X dan Y

N = Jumlah Sampel

ΣX = Jumlah Variabel X

ΣY = Jumlah Variabel Y

ΣXY = Jumlah hasil perkalian antara X dan Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat variabel X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat variabel Y

7 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengukur seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel dependen. Jika nilai koefisien determinasi (*R Square*) mendekati satu, maka menunjukkan pengaruh yang besar dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi (*R Square*) mendekati nol, maka menunjukkan pengaruh yang kecil dari variabel independen terhadap variabel dependen.