

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Konsep

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian ialah langkah yang dilakukan rumah tangga dan konsumen akhir perorangan dalam memutuskan untuk melakukan pembelian barang maupun jasa (Kotler & Keller, 2016).

2. *Electronic Word of Mouth* (EWOM)

Electronic word of mouth ialah diskusi yang dijalankan secara *online* yang berhubungan dengan pendapat dari barang maupun jasa yang dilakukan menggunakan media komunikasi di internet (Goyette, 2010).

3. Citra Merek

Citra merek ialah kesan, asosiasi, serta evaluasi pada sebuah merek yang ditetapkan oleh konsumen. Ini mencakup atribut fisik, manfaat, nilai emosional, identitas merek, dan kredibilitas yang mempengaruhi cara konsumen melihat dan merespons merek tersebut (Keller, 2013).

4. Harga

Harga ialah nilai yang hendaknya dikeluarkan konsumen agar mendapatkan keuntungan atas sebuah barang atau jasa (Kotler & Armstrong, 2018).

B. Definisi Operasional

1. Variabel Dependen

a. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Keller (2016), berikut adalah indikator dari keputusan pembelian:

- i. Pemilihan Produk
- ii. Pemilihan Merek
- iii. Pemilihan Penyaluran
- iv. Jumlah Pembelian
- v. Waktu Pembelian
- vi. Metode Pembayaran

2. Variabel Independen

a. *Electronic Word of Mouth* (EWOM)

Menurut Goyette dkk (2010) *electronic word of mouth* memiliki beberapa dimensi, yakni:

- i. *Intensity*
- ii. *Valence of Opinion*
- iii. *Content*

b. Citra Merek

Menurut Keller (2013) citra merek terbentuk oleh beberapa dimensi penting, yakni:

- i. Identitas Merek
- ii. Personalitas Merek
- iii. Asosiasi Merek
- iv. Sikap dan Perilaku Merek
- v. Manfaat Merek

c. Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2018), terdapat beberapa indikator yang menjadikan ciri harga, yakni:

- i. Keterjangkauan harga
- ii. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- iii. Daya saing harga
- iv. Kesesuaian harga dan manfaat

C. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2015), penelitian kuantitatif didefinisikan menjadi suatu penelitian yang didasarkan pada pengumpulan data kuantitatif, analisis data dengan menggunakan statistik, serta berusaha untuk melakukan pengujian akan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian ini bertujuan guna memperoleh generalisasi yang bersifat umum atau untuk mengukur seberapa besar hubungan antar variabel yang dipelajari. Penelitian kuantitatif dalam melakukan pengumpulan data dijalankan melalui instrumen penelitian seperti angket atau kuesioner, serta analisis data dilakukan secara sistematis dan obyektif. Penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei menurut Sugiyono (2015) yaitu suatu metode dalam penelitian yang berfokus dalam pengumpulan data deskriptif yang terinci mengenai suatu fenomena atau peristiwa. Pendekatan survei ini memungkinkan peneliti untuk memahami pandangan, persepsi, serta pengalaman responden yang berkaitan dengan topik penelitian yang sedang diinvestigasi. Dalam konteks penelitian "Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Marina

Hand and Body Lotion pada Pengikut Akun X "@ohmybeautybank", penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei hendaknya membagikan penafsiran mendalam mengenai dengan cara seperti apa pengikut akun @ohmybeautybank memandang, merasakan, dan merespons produk Marina *hand and body lotion*. Pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilibatkan melalui instrumen survei seperti kuesioner yang dirancang untuk menggali pandangan, preferensi, dan pengalaman pembelian pengikut akun @ohmybeautybank terhadap produk Marina *Hand and Body Lotion*. Data yang dikumpulkan melalui survei ini kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan pola-pola umum dalam *electronic word of mouth*, citra merek, dan harga dalam konteks keputusan pembelian.

D. Jenis dan Sumber Data

Data primer ialah data yang diakumulasikan melalui sumber asli yang dilakukan oleh peneliti guna mencapai tujuan akan penelitian tertentu. Dalam konteks penelitian "Pengaruh *electronic Word of Mouth*, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Marina *Hand and Body Lotion* pada Pengikut Akun X "@ohmybeautybank", data primer akan mencakup informasi yang diperoleh secara langsung melalui pengikut akun @ohmybeautybank yang menjadi subjek penelitian. Menurut Sekaran (2016), data primer ialah data yang "dikumpulkan dan bersumber pertama dengan menggunakan instrumen semacam survei, interview, observasi, maupun eksperimen" (Sekaran, 2016). Data primer dalam penelitian ini dapat berupa tanggapan dari survei yang disebarluaskan terhadap pengikut akun @ohmybeautybank, hasil wawancara

langsung dengan sebagian pengikut akun tersebut, atau observasi perilaku mereka dalam konteks keputusan pembelian.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam konteks penelitian, populasi merujuk terhadap semua individu, kelompok, atau objek yang dijadikan sebagai fokus dari penelitian. Populasi mencakup kumpulan elemen yang memiliki karakteristik atau sifat yang hendak dipelajari atau diuji. Sugiyono (2015) mendefinisikan bahwa populasi merupakan kumpulan semua elemen yang menjadi objek penelitian dan memiliki potensi memberikan informasi yang relevan terkait tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, populasi mencakup semua individu yang mengikuti akun @ohmybeautybank pengguna produk Marina *hand and body lotion*.

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari populasi yang dijadikan sebagai subjek dalam penelitian. Tujuan pemilihan sampel adalah untuk mendapatkan representasi yang baik dari populasi, sehingga hasil penelitian mampu digeneralisasi untuk mencerminkan populasi secara keseluruhan. Sugiyono (2015) menyatakan sampel merupakan segmen daripada populasi yang terpilih guna dianalisis, sehingga hasil dari ini dapat digunakan untuk menarik kesimpulan atau generalisasi tentang populasi yang lebih luas. *Non-probability sampling* digunakan sebagai Teknik pengambilan sampel dan metode *purposive sampling* dijalankan. Dalam penelitian ini, pengikut

akun X @ohmybeautybank berusia minimal 18 tahun yang pernah melakukan pembelian Marina *hand and body lotion* dalam satu tahun terakhir merupakan sampel yang digunakan. Hair dkk. (2010) menyatakan bahwa ukuran sampel yang baik yakni diantara 100-200 sampel. Dengan mengalikan jumlah indikator pertanyaan penelitian 5-10 maka diperoleh jumlah sampel.

F. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017), kuesioner digunakan dalam penelitian ini guna mengumpulkan data, yang menjadi teknik dalam pengumpulan informasi dengan menyajikan beberapa pernyataan yang termuat yang ditujukan kepada responden untuk dimintai pendapat. Kuesioner didistribusikan dengan cara online menggunakan platform *Google Form*. Akses diberikan kepada responden guna memberikan jawaban mengenai pernyataan yang tersedia pada kuesioner sebagai bagian dari partisipasi mereka dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai metode pengukuran. Skala *likert* dijadikan sebagai alat ukur pendapat, sikap, dan pandangan orang akan peristiwa sosial (Sugiyono, 2015). Variabel akan dilakukan pengukuran serta penjabaran dalam tiap indikator variabel dengan menggunakan skala *likert*. Indikator-indikator tersebut selanjutnya dijadikan sebagai dasar guna melakukan penyusunan akan tiap poin instrumen dalam wujud pernyataan maupun pertanyaan.

Kategori	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4

Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

G. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen

i. Uji Validitas

Validitas memiliki keterkaitan yang erat dengan ketepatan. Menurut Widoyoko (2015), suatu instrumen dianggap valid jika instrumen tersebut memiliki ketepatan yang mampu melakukan pengukuran secara tepat dengan apa yang seharusnya diukur. Ketika suatu instrumen sangat valid, data yang dihasilkan akan sebanding dengan tingkat validitasnya. Oleh karena itu, instrumen penelitian yang valid dapat dianggap sebagai instrumen yang mampu melakukan pengukuran secara tepat serta akurat sehingga data yang diperoleh pun menjadi valid (Suliyanto, 2018). Dalam penelitian ini, koefisien korelasi digunakan untuk menilai tingkat validitas yang membantu menguji seberapa jauh instrumen dapat menghasilkan data yang valid. Kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

- a) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan valid.
- b) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan tidak valid.

ii. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dalam suatu penelitian mampu diukur dengan melalui sejauh mana data tersebut menunjukkan kesamaan dalam waktu yang berbeda, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2017). Artinya, suatu instrumen dapat dianggap reliabel jika data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen tersebut secara berulang untuk mengukur objek yang sama menunjukkan kesamaan. Dalam konteks ini, instrumen yang dipergunakan secara terus-menerus guna menjalankan pengukuran akan objek yang sama diharapkan dapat menciptakan data yang konsisten (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, metode yang dipakai untuk menjalankan pengujian reliabilitas ialah rumus koefisien *Cronbach Alpha*, yang diimplementasikan melalui perangkat lunak statistik SPSS. Adapun kriteria penilaian uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a) Jika *Cronbach Alpha* $> 0,70$ maka instrumen dinyatakan reliabel.
- b) Jika *Cronbach Alpha* $< 0,70$ maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Dasar (Normalitas)

Uji normalitas bertujuan guna memastikan bagaimana variabel-variabel dalam metode regresi, baik variabel independen maupun dependen mendapati distribusi yang normal. Dalam penelitian ini, guna mengevaluasi tingkat normalitas digunakan uji *one-sample Kolmogorov-Smirnov*. Dianggap normal hasil analisis apabila angka signifikansi $> 0,05$, sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sedangkan apabila angka

signifikansi $< 0,05$, sehingga menunjukkan bahwa tidak berdistribusi normal data tersebut.

3. Uji Asumsi Klasik

i. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dijalankan sebagai sarana untuk mengevaluasi kekuatan hubungan antar variabel independen dalam model regresi. Indikator yang dipakai ialah nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance*. Menurut Wiyono (2011) jika nilai VIF < 5 , maka tidak terdapat multikolinearitas dalam data. Sebaliknya, jika nilai VIF > 5 , maka terdapat hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Kondisi yang harus dipenuhi dalam model regresi ialah tidak ditemukannya multikolinearitas.

ii. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan guna mengevaluasi bagaimana disimilaritas varian di antara peninjauan dalam model regresi. Dalam penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas dan dijalankan dengan memanfaatkan uji glesjer. Menurut Wiyono (2011), nilai signifikansi $< 0,05$ dalam uji glesjer menunjukkan adanya heteroskedastisitas, sementara nilai signifikansi $> 0,05$ menjelaskan bahwasanya perbedaan yang tidak signifikan.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda dalam penelitian digunakan sebagai alat guna mengevaluasi dampak setiap variabel independen terhadap variabel

dependen. Menurut Sugiyono (2017), menyatakan bahwa analisis regresi berganda membutuhkan minimal dua variabel independen. Dalam hal ini, jika peneliti ingin memprediksi perubahan (naik atau turun) pada variabel dependen, maka dua atau lebih variabel independen dianggap sebagai faktor prediktor yang dapat dimodifikasi atau diubah nilainya untuk melihat dampaknya terhadap variabel dependen.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian.

a = konstanta.

b_1 = koefisien regresi *electronic word of mouth*

b_2 = koefisien regresi citra merek

b_3 = koefisien regresi harga

X_1 = *electronic word of mouth*

X_2 = citra merek

X_3 = harga

5. Uji Kelayakan Model Regresi (Uji F)

Menurut Widarjono (2018) uji kelayakan model regresi atau uji F digunakan untuk menguji kelayakan model regresi. Model regresi dinyatakan layak apabila nilai signifikansi $< 0,05$.

6. Uji Hipotesis (Uji t)

Wiyono (2011) menjelaskan bahwa uji t dipakai sebagai sarana pengujian akan pengaruh parsial atau individual dari setiap variabel

independen terhadap variabel dependen. Uji ini dijalankan melalui pengamatan angka signifikansinya, jika angka signifikansinya $< 0,05$ maka hipotesis penelitian didukung dengan hasil penelitian begitu pula sebaliknya jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka hipotesis penelitian tidak didukung dengan hasil penelitian.

7. *Adjusted R²*

Menurut Widarjono (2018) koefisien determinasi (R^2) digunakan sebagai alat guna menilai seberapa jauh model memiliki kemampuan untuk memberikan penjelasan akan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ini berada dikisaran 0 sampai 1. Dalam mengevaluasi model regresi yang baik, penelitian ini memanfaatkan *Adjusted R²* atau koefisien determinasi yang disesuaikan, karena model ini melibatkan lebih dari satu variabel independen. Penggunaan R^2 dapat saja menimbulkan suatu bias dengan meningkatkan R^2 ketika variabel independen ditambahkan. Sebaliknya, *Adjusted R²* tidak menimbulkan bias karena nilainya bisa naik atau turun tergantung pada penambahan variabel independen dalam model penelitian.