

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek Penelitian menurut Nyoman Sri Arianti et al (2022) objek pemeriksaan adalah suatu sifat atau watak atau sifat suatu individu atau benda atau tindakan yang mempunyai ragam atau pertentangan tertentu, yang kemudian dimanfaatkan dalam eksplorasi dan ditarik kesimpulannya. Objek pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian produk kecantikan dan perawatan rambut merek Sunsilk. Dengan variabel Keputusan Pembelian merupakan variabel terikat (*dependent variable*) dan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) merupakan variabel bebas (*independent variable*).

Subjek penelitian ini yaitu pengguna produk sampo merek Sunsilk di yang telah mengikuti akun media sosial Instagram Sunsilk. Adapun alasan memilih subjek tersebut adalah karena keselarasan dengan hal yang akan diteliti dan juga untuk mempersempit cangkupan subjek penelitian dan Instagram merupakan media sosial yang populer di masyarakat.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode Penelitian menurut Nyoman Sri Arianti et al (2022) adalah suatu cara yang ilmiah, rasional, empiris dan sistematis untuk memperoleh data dengan maksud dan kegunaan tertentu. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Menurut Nyoman Sri Arianti et al (2022) metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang mengukur variabel-variabel penelitian dengan angka kemudian dianalisis dengan prosedur statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Kemudian untuk memperkuat hasil kuantitatif, peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa responden dan hasil wawancara akan dicantumkan sebagai data pendukung.

Metode kuantitatif digunakan untuk memberikan gambaran umum pada variabel *electronic word of mouth* (e-wom) dan keputusan pembelian dan digunakan untuk mengukur kebenaran serta hipotesis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk sampo sunsilk. Untuk mengumpulkan informasi yang cukup mengenai hubungan antara sebab dan akibat variabel-variabel ini, peneliti akan menyebarkan kuisioner untuk mengumpulkan data dengan metode penelitian *Cross Sectional* dikarenakan waktu penelitian dilakukan tidak lebih dari satu tahun.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu solusi untuk menyelidiki pertanyaan-pertanyaan yang timbul karena pengaturan kerja yang terdiri dari faktor-faktor yang saling berkaitan. Pengujian ini menggunakan rencana penelitian kausalitas yang menghubungkan keadaan dan hasil logis dari faktor-faktor yang ditentukan untuk memahami dan menunjukkan bukti adanya hubungan sebab akibat antara variabel *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian.

3.3 Operasional Variabel

Penelitian ini dilakukan dengan menetapkan tiga variabel yang terdiri dari variabel yang mempengaruhi (independen) dan variabel yang dipengaruhi (dependen). *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) (X) merupakan variabel independen, Keputusan pembelian (Y) menjadi variabel dependen. Berikut merupakan tabel operasionalisasi variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3. 1 Operasionaliasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Pertanyaan Tertutup	Skala	No.	Pertanyaan Terbuka
<i>Electronic Word of Mouth</i> (X)	<i>Recommendation consistency</i> merupakan kesesuaian dan kesamaan	Tingkat kesamaan beberapa ulasan pada suatu produk	Saya selalu membandingkan kesamaan antara suatu ulasan dengan ulasan lainnya	Interval	1	Bagaimana pendapat anda mengenai perilaku membandingkan ulasan? dan

Arla Nur Afiah, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMPO SUNSILK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Menurut Al-Dmour (2022) pernyataan mengenai suatu produk, layanan maupun perusahaan yang baik maupun buruk yang disebarkan melalui internet oleh konsumen yang akan membeli maupun yang sudah melakukan pembelian	suatu ulasan dengan ulasan lainnya mengenai satu produk yang sama	Tingkat kesesuaian beberapa ulasan yang dibaca	Saya selalu mempertimbangkan kesesuaian ulasan mengenai produk sampo Sunsilk	Interval	2	mengapa demikian?
	<i>Quality of information</i> merupakan tingkat baik atau buruknya suatu ulasan berdasarkan beberapa komponen yaitu keakuratan kelengkapan informasi, relevansi, dan ketepatan waktu	Tingkat keakuratan ulasan dengan produk	Saya selalu yakin untuk membeli produk sampo Sunsilk setelah membaca ulasan yang memberikan informasi yang akurat	Interval	3	Bagaimana pendapat anda mengenai perilaku dalam menilai tingkat baik dan buruknya ulasan? mengapa demikian?
		Tingkat kelengkapan informasi dalam menjelaskan produk	Saya selalu dapat memahami produk sampo Sunsilk setelah membaca ulasan yang mendeskripsikan produk dengan lengkap	Interval	4	
	<i>Content</i> merupakan kekuatan argumen, keberpihakan pada ulasan, kapasitas dan intensitas yang dapat mempengaruhi informasi pada ulasan	Tingkat kekuatan argumen atau pendapat pada ulasan	Saya selalu mengikuti saran yang paling kuat pendapatnya pada ulasan dalam menentukan keputusan pembelian produk sampo Sunsilk	Interval	5	Bagaimana pendapat anda mengenai perilaku dalam menentukan keputusan pembelian berdasarkan kekuatan argumen dan keberpihakannya? mengapa demikian?
		Tingkat keberpihakan suatu ulasan	Saya selalu mempertimbangkan suatu	Interval	6	

Arla Nur Afiah, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMPO SUNSILK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			produk berdasarkan keberpihakan suatu ulasan produk sampo Sunsilk			
	<i>High Rating</i> merupakan penilaian atas suatu ulasan yang ditulis atas suatu produk atau jasa.	Tingkat <i>rating</i> atau peringkat pada ulasan	Saya selalu dipengaruhi oleh ulasan yang memiliki jumlah <i>like</i> terbanyak pada ulasan produk sampo Sunsilk	Interval	7	Bagaimana pendapat anda mengenai perilaku dalam memperhatikan peringkat pada ulasan? mengapa demikian?
		Tingkat balasan komentar pada ulasan	Saya selalu dipengaruhi oleh banyaknya balasan atau komentar pada ulasan pada produk sampo Sunsilk	Interval	8	
	<i>Volume</i> merupakan banyak dan beragamnya jumlah ulasan yang terdapat pada forum ulasan	Tingkat banyaknya jumlah ulasan suatu produk	Saya selalu mendapatkan informasi sampo Sunsilk dari berbagai ulasan	Interval	9	Bagaimana pendapat anda mengenai banyak serta beragamnya ulasan? mengapa demikian?
		Tingkat beragamnya ulasan positif dan negatif	Saya selalu mempertimbangkan beragam ulasan sampo Sunsilk baik positif dan negatifnya	Interval	10	
Keputusan Pembelian (Y) Menurut Kotler	Pilihan Produk merupakan faktor yang menarik konsumen	Tingkat pertimbangan konsumen dalam memilih produk	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk sampo berdasarkan kebutuhan	Interval	11	Bagaimana perilaku anda dalam menentukan pembelian ketika anda

Arla Nur Afiah, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMPO SUNSILK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keller dan Lane (2022) merupakan suatu kegiatan konsumen untuk menyelesaikan masalah dalam memutuskan pembelian suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pembelian	dalam menentukan pilihan berdasarkan aspek kebutuhan, keinginan, kualitas, harga dan desain pada kemasan	berdasarkan kebutuhan				dihadapkan dengan berbagai pilihan? mengapa demikian?	
	Pilihan Merek merupakan faktor yang menarik konsumen melakukan pembelian berdasarkan reputasi merek, kepopuleran merek dan kepercayaan terhadap suatu merek	Tingkat pertimbangan konsumen dalam memilih produk berdasarkan kualitas produk	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk sampo berdasarkan kualitas dari produk	Interval	12	13	Bagaimana perilaku anda ketika dihadapkan pada merek lain? mengapa hal anda lakukan?
		Tingkat pertimbangan merek berdasarkan kepopuleran	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk sampo Sunsilk berdasarkan kepopuleran merek	Interval	14		
	Pilihan Pengecer merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen berdasarkan ketersediaannya atau kemudahan dalam mendapatkan suatu produk di pasar	Tingkat pertimbangan konsumen berdasarkan ketersediaan produk	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk sampo Sunsilk berdasarkan ketersediaan produk	Interval	15	16	Bagaimana pendapat anda mengenai ketersediaan dan kemudahan dalam memperoleh sampo Sunsilk? mengapa demikian?
Tingkat pertimbangan berdasarkan kemudahan untuk		Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk sampo Sunsilk berdasarkan	Interval	16			

Arla Nur Afiah, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMPO SUNSILK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		memperoleh produk	kemudahan dalam memperoleh produk			
Waktu Pembelian merupakan faktor yang mendorong konsumen menentukan jangka waktu atau dalam berapa periode akan melakukan pembelian	Tingkat pertimbangan pembelian produk dalam jangka waktu dalam satu bulan sekali	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk sampo Sunsilk dalam jangka waktu satu bulan sekali	Interval	17	Bagaimana tingkat keseringan anda dalam melakukan pembelian? mengapa demikian?	
	Tingkat pertimbangan pembelian jangka waktu tiga bulan sekali	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk sampo Sunsilk dalam jangka waktu tiga bulan sekali	Interval	18		
Jumlah Pembelian merupakan faktor yang mempengaruhi pembelian yang dihitung berdasarkan jumlah pembelian dalam suatu periode	Tingkat pertimbangan membeli produk dalam jumlah pembelian lebih dari satu dalam satu kali pembelian	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk sampo Sunsilk dengan jumlah lebih dari satu dalam satu kali pembelian	Interval	19	Bagaimana perilaku anda dalam menentukan jumlah pembelian? mengapa demikian?	
	Tingkat pertimbangan membeli produk dalam jumlah pembelian berdasarkan jumlah yang dibutuhkan	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk sampo Sunsilk berdasarkan jumlah yang dibutuhkan	Interval	20		
Pemilihan Metode Pembayaran	Tingkat pertimbangan pembelian produk sampo	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk sampo	Interval	21	Bagaimana pendapat anda mengenai kemudahan	

Arla Nur Afiah, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMPO SUNSILK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	merupakan faktor yang mempengaruhi pembelian berdasarkan cara konsumen dalam melakukan pembayaran atas produk atau layanan	Sunsilk berdasarkan kemudahan pembayaran	Sunsilk berdasarkan kemudahan dalam melakukan pembayaran			serta keamanan dalam melakukan pembayaran? mengapa demikian?
		Tingkat pertimbangan pembelian produk sampo Sunsilk berdasarkan keamanan pembayaran	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk sampo Sunsilk berdasarkan keamanan dalam melakukan pembayaran	Interval	22	

Sumber : Hasil Pegkajian Jurnal dan Penelitian Terdahulu

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini bersumber dari sumber data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Data yang peneliti peroleh langsung dari pengguna produk sampo Sunsilk dianggap sebagai sumber data primer. Informasi penting ini diperoleh melalui pendapat Struktur Google berbasis web kepada responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini bersumber dari bacaan terkait seperti buku, internet atau website, jurnal dan atau artikel ilmiah.

Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data	Tujuan Penelitian
1.	Alasan Penggunaan Sosial Media di Indonesia	Sekunder	<i>We are Social</i>	Mengetahui mengenai mengapa sosial media digunakan

2.	Market Share Kategori FMCG	Sekunder	Compas.co.id	Mengetahui gambaran mengenai tingkat penjualan produk pada kategori FMCG tahun 2021-2023
3.	Merek Sampo yang Diketahui Responden (Desember 2022)	Sekunder	Databox.co.id	Mengetahui gambaran mengenai tingkat kepopuleran setiap produk sampo
4.	5 Sampo yang paling banyak digunakan di tahun 2021-2023	Sekunder	Top Brand Award, Compas.co.id dan Jakpatapp	Mengetahui gambaran penjualan setiap produk sampo berdasarkan pangsa pasarnya untuk mengukur kenaikan atau penurunan jumlah penjualan dari tahun 2020-2023
5.	Ulasan Produk Sunsilk di Sosial Media	Sekunder	Instagram, TikTok, Twitter dan Facebook	Mengetahui gambaran umum mengenai ulasan yang terdapat pada beberapa sosial media mengenai sampo Sunsilk
6.	Ulasan Produk Sunsilk di e-commerce	Sekunder	Shopee dan Tokopedia	Mengetahui gambaran umum mengenai ulasan yang terdapat pada beberapa <i>e-commerce</i> mengenai produk sampo Sunsilk
7.	<i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan pembelian produk sampo merek Sunsilk	Primer	Responden (Kuisisioner dan Wawancara)	Menjelaskan hasil hubungan sebab akibat antara variabel e-WOM dengan Keputusan pembelian

Sumber : Hasil Olahan Penulis

3.4.2 Teknik Pengumpulan data

1. Studi literatur

Metode pengumpulan data yang dikenal dengan studi literatur melibatkan melihat berbagai sumber terkait penelitian, seperti buku, jurnal ilmiah, majalah, dan internet atau situs web. supaya bermanfaat dalam penelitian, pengumpulan data ini akan mendukung teori dan konsep penelitian.

2. Kuisisioner

Tujuan dari kuisisioner adalah untuk mengumpulkan data dari responden atau sumber yang menjadi subjek penelitian guna mendukung suatu hipotesis. Kuisisioner untuk penelitian ini akan terdiri dari pernyataan tertutup.

3. Wawancara

Tujuan dari pengumpulan data dengan wawancara ini yaitu untuk membunyikan data angka yang telah diperoleh dari data kuisisioner. Wawancara pada penelitian ini akan dilakukan pada 15 responden dengan pertanyaan terbuka yang disajikan, kemudian hasil wawancara akan dirangkum dalam transkrip wawancara.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018), populasi merupakan suatu rangkuman wilayah yang mempunyai ciri-ciri dan kualitas tertentu untuk diperhatikan dan ditelaah dan selanjutnya ditutup. Besar kecilnya sampel secara keseluruhan dan ruang lingkup wilayah penelitian akan dibatasi dengan mengidentifikasi populasi tersebut (Hardani, dkk, 2022). Populasi yang menjadi target pada penelitian ini adalah individu yang telah mengikuti akun Instagram @sunsilkid dengan jumlah populasi sebanyak 52.900 pengikut tertanggal 12 Maret 2024.

3.5.2 Sampel

Sugiyono (2018) mendefinisikan sampel dengan sebagai anggota dari total populasi yang memiliki karakteristik yang memungkinkannya mewakili populasi secara akurat. Populasi pada penelitian ini adalah individu yang

mengikuti akun Instagram @sunsilkid. Dengan demikian, untuk menentukan banyaknya sampel akan dihitung menggunakan perhitungan dengan teknik *probability sampling* yaitu teknik *simple random sampling*. Banyaknya sampel dihitung menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2018) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel atau responden

N = Jumlah Populasi

e^2 = Presisi yang ditetapkan pada penelitian = 5%

Dengan demikian, maka sampel pada penelitian ini yaitu berjumlah:

$$n = \frac{52.900}{1 + 52.900 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{52.900}{1 + 52.900(0.0025)}$$

$$n = \frac{52.900}{1 + 132,25}$$

$$n = 396,9981238274 \approx 397$$

Maka disimpulkan bahwa jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 396,99 sehingga dibulatkan dan sedikitnya penelitian ini berjumlah sekurang-kurangnya sebanyak 397 sampel dari populasi individu yang telah mengikuti instagram @sunsilkid.

3.5.3 Teknik Sampling

Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *probability sampng* dengan metode *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2018) metode *simple random sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan populasi

yang memiliki kemungkinan yang seimbang. Dengan demikian pengumpulan data akan dilakukan dengan penyebaran kuisisioner kepada responden menggunakan *google form* melalui sosial media. Pada penelitian ini sampel yang digunakan yaitu individu yang mengikuti Instagram @sunsilk kriteria berikut ini :

1. Responden telah mengikuti akun Instagram @sunsilkid. Penulis menetapkan kriteria ini untuk mengetahui apakah responden mengikuti konten produk Sunsilk sehubungan dengan *electronic word of mouth* yang diteliti oleh penulis.
2. Responden pernah melakukan pembelian produk Sunsilk. Kriteria ini ditetapkan untuk mendapatkan persepsi konsumen yang tertarik terhadap *electronic word of mouth* produk Sunsilk, sehingga melakukan pembelian produk Sunsilk.
3. Responden telah membaca testimoni/*review* mengenai produk Sunsilk pada platform online. Penetapan kriteria ini untuk mendapatkan persepsi terbaik dari konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Sunsilk.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Pengujian dalam instrumen direncanakan untuk melihat apakah instrumen yang telah disusun memberikan hasil yang baik dan layak untuk penelitian. Kuesioner skala diferensial semantik digunakan dalam penelitian ini. Memiliki rentang skala tujuh pilihan jawaban yang menunjukkan kecenderungan tanggapan responden. Kumpulan kelas skala diferensial semantik ini terdiri dari :

Tabel 3. 3 Skala Penelitian

Jawaban Responden	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Netral	4
Sedikit Setuju	5
Setuju	6

Arla Nur Afiah, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMPO SUNSILK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sangat Setuju	7
---------------	---

Sumber : (Taherdoost, 2019)

Untuk menguji keabsahan pada kuisioner, maka akan diuji dengan pengujian sebagai berikut:

3.6.1 Uji Validitas

Pengukuran kebenaran suatu instrumen penelitian disebut dengan uji validitas. Apabila suatu instrumen dapat merespon variabel yang diukur maka dikatakan valid. Dalam uji legitimasi, para ahli melibatkan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x(y - (\sum x_1))(\sum y_1)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (n \sum x_i)^2)(n \sum y^2 - (n \sum y_i)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Validasi item yang di cari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum x$ = Jumlah nilai variable X

$\sum y$ = Jumlah Variabel Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor distribusi X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor distribusi Y

n = Jumlah responden

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, pilihan untuk menguji keabsahan responden adalah sebagai berikut :

1. Ditentukan valid apabila item pertanyaan memiliki r_{hitung} yang lebih besar sama dengan r_{tabel} atau ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$)
2. Ditentukan tidak valid apabila item pertanyaan tersebut r_{hitung} lebih kecil sama dengan r_{tabel} atau ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$)

Arla Nur Afiah, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMPO SUNSILK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel
*Electronic Word of Mouth (X)***

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Electronic Word of Mouth (X)</i>				
<i>Recommendation Consistency</i>				
1.	Saya selalu membandingkan kesamaan antara suatu ulasan dengan ulasan lainnya	0.766	0.361	Valid
2.	Saya selalu mempertimbangkan kesesuaian ulasan mengenai produk sampo Sunsilk	0.891	0.361	Valid
<i>Quality of Information</i>				
3.	Saya selalu yakin untuk membeli produk sampo Sunsilk setelah membaca ulasan yang memberikan informasi yang akurat	0.840	0.361	Valid
4.	Saya selalu dapat memahami produk sampo Sunsilk setelah membaca ulasan yang mendeskripsikan produk dengan lengkap	0.811	0.361	Valid
<i>Content</i>				
5.	Saya selalu mengikuti saran yang paling kuat pendapatnya pada ulasan dalam menentukan keputusan pembelian produk sampo Sunsilk	0.879	0.361	Valid
6.	Saya selalu mempertimbangkan suatu produk berdasarkan keberpihakan suatu ulasan produk sampo Sunsilk	0.746	0.361	Valid
<i>High Rating</i>				
7.	Saya selalu dipengaruhi oleh ulasan yang memiliki jumlah <i>like</i> terbanyak pada ulasan produk sampo Sunsilk	0.745	0.361	Valid
8.	Saya selalu dipengaruhi oleh banyaknya balasan atau komentar pada ulasan pada produk sampo Sunsilk	0.690	0.361	Valid
<i>Volume</i>				

9.	Saya selalu mendapatkan informasi dari berbagai ulasan	0.858	0.361	Valid
10.	Saya selalu mempertimbangkan beragam ulasan baik positif dan negatifnya	0.896	0.361	Valid

Sumber : Hasil olahan penulis dari data kuisioner, 2024

Berdasarkan perhitungan yang terdapat pada tabel 3.4, menunjukan bahwa instrumen pertanyaan tersebut valid. Hal tersebut disimpulkan karena hasil perhitungan telah memenuhi syarat ketentuan validitas dengan r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)				
Pemilihan Produk				
1.	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk berdasarkan kebutuhan	0.723	0.361	Valid
2.	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk berdasarkan kualitas dari produk	0.767	0.361	Valid
Pilihan Merek				
3.	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk berdasarkan kepopuleran merek	0.635	0.361	Valid
4.	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk berdasarkan kepercayaan terhadap merek	0.836	0.361	Valid
Pilihan Pengecer				
5.	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk berdasarkan ketersediaan produk	0.776	0.361	Valid
6.	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk berdasarkan kemudahan dalam memperoleh produk	0.717	0.361	Valid

Arla Nur Afiah, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMPO SUNSILK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Waktu Pembelian				
7.	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk dalam jangka waktu satu bukan sekali	0.638	0.361	Valid
8.	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk dalam jangka waktu tiga bulan sekali	0.35	0.361	Valid
Jumlah Pembelian				
9.	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk dengan jumlah lebih dari satu dalam satu kali pembelian	0.625	0.361	Valid
10	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk berdasarkan jumlah yang dibutuhkan	0.751	0.361	Valid
Pilihan Metode Pembayaran				
11.	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk berdasarkan kemudahan dalam melakukan pembayaran	0.807	0.361	Valid
12.	Saya selalu mempertimbangkan pembelian produk berdasarkan keamanan dalam melakukan pembayaran	0.826	0.361	Valid

Sumber : Hasil olahan penulis dari data kuisioner, 2024

Berdasarkan tabel 3.5, menunjukan bahwa instrumen pertanyaan tersebut valid. Hal tersebut disimpulkan karena hasil perhitungan telah memenuhi syarat ketentuan validitas dengan r hitung lebih besar dari r tabel.

3.6.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas yaitu instrumen dalam mengukur konsistensi setiap responden dalam merespon kuisioner penelitian sehingga dapat memberikan hasil yang dapat dipercaya. Peneliti menggunakan rumus *alpha cronbach* untuk menguji reabilitas suatu instrumen penelitian. Dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r = Reabilitas instrumen

k = Jumlah butiran pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varian butiran

σ_t^2 = Varian total

Jumlah varian pada setiap skor digunakan rumus sebagai berikut :

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum x^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

σ^2 = Harga varian total

$\sum x^2$ = Jumlah Kuadrat skor total

$(\sum x)^2$ = Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = Jumlah responden

Keputusan pengujian reabilitas dapat dijelaskan sebagai berikut;

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item pada pertanyaan ditetapkan reliabel
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item pada pertanyaan ditetapkan reliabel

Uji reabilitas pada penelitian ini diberlakukan kepada 30 reponden menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reabilitas

No.	Variabel	r <i>hitung</i>	r_{tabel}	Keterangan
1.	<i>Electronic Word of Mouth (X)</i>	0.942	0.600	Reliabel

2.	Keputusan Pembelian (Y)	0.914	0.600	Reliabel
----	-------------------------	-------	-------	----------

Sumber : Hasil olahan penulis dari data kuisioner, 2024

Hasil uji pada tabel 3.6, menunjukan bahwa instrumen pertanyaan tersebut reliabel. Hal tersebut disimpulkan karena hasil perhitungan telah memenuhi syarat ketentuan reabilitas dengan r hitung lebih besar dari r tabel.

3.7 Rancangan Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018), analisis deskriptif didefinisikan sebagai suatu metode penelitian yang berkaitan dengan penggambaran mengenai fakta-fakta terkait dengan penelitian sebelum data tersebut diolah. Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang variabel yang akan diteliti meliputi:

1. Analisis deskriptif mengenai *Electronic Word of Mouth*
2. Analisis deskriptif mengenai Keputusan Pembelian

3.7.2 Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif akan menguji, membuktikan dan mengevaluasi hipotesis penelitian yang diajukan dan menjawab rumusan masalah. Untuk menguji hubungan variabel independen dengan variabel dependen. peneliti memanfaatkan alat analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis (Nyoman Sri Ariantini, S.KM. et al., 2022).

3.7.3 Analisis Konten

Merupakan pembahasan yang menjelaskan pembahasan secara mendalam mengenai informasi yang terdapat dalam media massa. Dalam analisis ini, informasi yang didapatkan akan menghubungkan antar dokumen. Penelitian ini akan dilakukan dengan metode analisis konten untuk menganalisis bentuk komunikasi e-wom yang terdapat dalam ulasan mengenai produk sampo sunsilk di media sosial Instagram.

3.8 Teknis Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimanfaatkan untuk menjamin data yang diuji tersebar secara normal atau tidak. Model regresi dapat dikatakan baik apabila model memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Uji ini dilakukan dengan dengan uji *Kolmogorov Smirnov*.

3.8.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi dilakukan untuk mendeskripsikan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkait, yang ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 – 0.199	Sangat rendah
0.200 – 0.399	Rendah
0.400 – 0.599	Sedang
0.600 – 0.799	Kuat
0.800 – 1.000	Sangat Kuat

3.8.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Tujuan dari analisis regresi linear sederhana adalah untuk fokus pada bagaimana variabel independen dapat memprediksi variabel dependen (Sugiyono, 2018). Analisis regresi sederhana dapat dihitung dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel dependen sebagai prediksi

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

dihitung dengan menggunakan rumus:

Arla Nur Afiah, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMPO SUNSILK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$\alpha = \frac{\sum y (\sum x^2) - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

b = angka arah atau koefisien regresi, yang membandingkan kenaikan atau penurunan variabel dependen dengan variabel independen. Ketika b (+), nilainya naik, dan ketika b (-), nilainya turun. berdasarkan rumus berikut:

$$b = \frac{n \sum xy - \sum y \sum x}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

X = variabel bebas yang memiliki nilai tertentu.

3.11 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan pengujian untuk menangkap dan menentukan terdapat atau tidaknya pengaruh yang signifikan atas variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat memberikan hasil pada dari hipotesis yang telah diasumsikan. Hipotesis pada penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan uji T dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} . Kriteria dalam menentukan diterima atau ditolaknya suatu hipotesis yaitu sebagai berikut :

H_0 : diterima apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, dan dapat dijelaskan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada sampo Sunsilk

H_1 : diterima apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dan dapat dijelaskan terdapat pengaruh yang positif serta signifikan antara variabel *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada sampo Sunsilk