

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Terdapat dua variabel yang akan diteliti pada penelitian ini, yaitu variabel independen (variabel bebas) sebagai variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan yaitu *Electronic Word of Mouth* (X), serta variabel dependen (variabel terikat) sebagai variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas yaitu Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini akan dilakukan pada merek makanan cepat saji Burgerchill, dengan subjek penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @burgerchill.id.

#### **3.2. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui metode deskriptif kuantitatif. Muijs (2004) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif bertujuan untuk memahami suatu fenomena dengan mengumpulkan data dalam bentuk angka, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik atau matematis sesuai dengan tujuan penelitian.

Pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan untuk menggambarkan situasi secara objektif dengan menggunakan data numerik. Menurut Arikunto (2006), metode ini bertujuan untuk menyajikan gambaran nyata tentang suatu kondisi berdasarkan angka-angka yang diperoleh melalui proses pengumpulan data dan kemudian diinterpretasikan. Sebagai salah satu metode penelitian, pendekatan ini tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, tetapi lebih fokus pada pengumpulan informasi dari populasi yang lebih luas.

#### **3.3. Metode dan Desain Penelitian**

##### **3.3.1. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Muijs (2004) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif bertujuan untuk memahami suatu fenomena dengan mengumpulkan data dalam bentuk angka, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik atau matematis sesuai dengan tujuan penelitian. Pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan untuk menggambarkan situasi secara objektif dengan menggunakan data numerik. Menurut Arikunto

(2006), metode ini bertujuan untuk menyajikan gambaran nyata tentang suatu kondisi berdasarkan angka-angka yang diperoleh melalui proses pengumpulan data dan kemudian diinterpretasikan. Sebagai salah satu metode penelitian, pendekatan ini tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, tetapi lebih fokus pada pengumpulan informasi dari populasi yang lebih luas.

### 3.3.2. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan rencana penelitian kausalitas yang menunjukkan hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti, yaitu untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* (variabel independen) terhadap Keputusan Pembelian (variabel dependen) pada produk Burgerchill.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

**Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<b>E-WOM (X)</b> Media yang memungkinkan konsumen yang tidak saling mengenal untuk saling bertukar informasi mengenai produk atau layanan.	<i>Quality</i>	Informasi dalam ulasan mudah dipahami	Interval
		Ulasan berisi informasi yang relevan dengan produk yang saya cari	Interval
	<i>Quantity</i>	Produk ini memiliki banyak ulasan dari pembeli lain	Interval
		Produk ini memiliki banyak rating yang terlihat oleh publik	Interval
	<i>Sender Expertise</i>	Pengulas tampaknya paham dengan detail dan keunggulan produk	Interval
		Pengulas menilai produk ini dengan adil dan berdasarkan pengetahuan yang memadai	Interval

<b>Keputusan Pembelian (Y)</b> Proses di mana individu memilih dan membeli suatu produk atau layanan setelah mengevaluasi berbagai alternatif yang tersedia.	Preferensi Belanja	Saya lebih memilih memesan Burgerchill melalui online dibandingkan datang langsung.	Interval
		Membeli Burgerchill secara online terasa lebih praktis dan efisien.	Interval
	Loyalitas	Saya tetap memilih Burgerchill meskipun ada pilihan burger lain.	Interval
		Saya akan melakukan pembelian ulang dari Burgerchill jika saya puas dengan pesanan sebelumnya.	Interval
	Rekomendasi	Saya akan merekomendasikan Burgerchill kepada teman atau keluarga.	Interval
		Jika saya puas dengan Burgerchill, saya bersedia membagikan ulasan positif di Instagram.	Interval

### 3.5. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1. Jenis dan Sumber Data

##### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari subjek penelitian. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data primer adalah penyebaran kuesioner dalam bentuk skala yang berisi serangkaian pertanyaan melalui Google Form kepada responden untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang diperoleh dari berbagai informasi, sumber atau referensi yang terkait pada suatu penelitian seperti jurnal, buku, majalah atau literatur lainnya. Untuk data sekunder dalam

penelitian ini yaitu berupa literatur, arsip, screenshot, dokumen, foto, situs web maupun karya-karya ilmiah yang terkait dengan penelitian.

### 3.5.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui survei online dengan menggunakan kuesioner. Narbuko dan Abu (2013) mendefinisikan kuesioner sebagai daftar pertanyaan yang disusun untuk mengumpulkan informasi mengenai suatu masalah atau bidang penelitian, yang kemudian diberikan kepada responden dalam bentuk angket. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarluaskan secara daring melalui Google Form. Metode ini dipilih karena lebih efisien dalam hal waktu dan biaya, serta memudahkan proses distribusi data kepada responden.

## 3.6. Populasi dan Sampel

### 3.6.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik dan jumlah tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini, populasi mencakup seluruh pengikut instagram @burgerchill.id yang telah membeli produk burgerchill sejumlah 5402 per tanggal 5 Maret 2025.

### 3.6.2. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling dengan *screening question* sebagai berikut:

1. Pernah melihat atau membaca ulasan atau konten tentang burgerchill di sosial media instagram maupun *google maps*.
2. Telah melakukan pembelian produk burgerchill langsung di *outlet* maupun melalui *online delivery* seperti *Gofood* dan *shopeefood*.

Digunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian yang dapat dilihat sebagai berikut:

$$n = \frac{5.402}{5403(0,05)^2}$$

$$n = \frac{5.402}{1 + 5.402(0,0025)}$$

$$n = \frac{5.402}{1 + 13,505}$$

$$n = 372,4233023 \approx 372$$

Maka disimpulkan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 372,4 sehingga dibulatkan dan sedikitnya penelitian ini berjumlah sekurang-kurangnya sebanyak 372 sampel dari populasi individu yang telah mengikuti Instagram @burgerchill.id.

### 3.7. Uji Instrumen Penelitian

#### 3.7.1. Uji Validitas

Pengukuran dalam penelitian harus memenuhi standar validitas, yaitu sejauh mana suatu instrumen ukur secara empiris mampu merepresentasikan konsep yang sedang diteliti. Data dalam penelitian dianggap valid apabila informasi yang dikumpulkan benar-benar mencerminkan kondisi sebenarnya dari objek penelitian. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan rumus *Pearson Product Moment*.

Setiap butir pertanyaan diuji validitasnya dengan membandingkan skor ordinal dari masing-masing butir terhadap skor totalnya. Jika koefisien korelasi yang dihasilkan bernilai positif, maka butir tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika koefisien korelasi menunjukkan nilai negatif, maka butir tersebut dianggap tidak valid dan perlu direvisi atau dihapus dari kuesioner. Adapun rumus korelasi *Pearson Product Moment* yang dirumuskan oleh Pearson adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Nilai koefisien korelasi variabel x dan variabel y
- $x$  = Total skor item yang dicapai subjek
- $Y$  = Total skor keseluruhan
- $\sum x$  = Skor keseluruhan pada distribusi x
- $\sum y$  = Skor keseluruhan pada distribusi y
- $\sum xy$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel x dan y
- $n$  = Jumlah responden

Dalam uji validitas, setiap kuesioner dapat dinyatakan sebagai data yang valid atau tidak valid sesuai dengan ketentuan berikut:

1. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka kuisioner tersebut valid.
2. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$ , maka item tersebut tidak valid.

		Correlations						
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X
X1	Pearson Correlation	1	.433*	.226	.334	.471**	.092	.593**
	Sig. (2-tailed)		.017	.230	.071	.009	.630	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.433*	1	.262	.258	.259	.215	.623**
	Sig. (2-tailed)	.017		.163	.169	.167	.253	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.226	.262	1	.084	.274	.269	.619**
	Sig. (2-tailed)	.230	.163		.660	.143	.150	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.334	.258	.084	1	.430*	.432*	.652**
	Sig. (2-tailed)	.071	.169	.660		.018	.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.471**	.259	.274	.430*	1	.227	.668**
	Sig. (2-tailed)	.009	.167	.143	.018		.228	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.092	.215	.269	.432*	.227	1	.629**
	Sig. (2-tailed)	.630	.253	.150	.017	.228		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X	Pearson Correlation	.593**	.623**	.619**	.652**	.668**	.629**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**Gambar 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM (X)**

Merujuk pada gambar 3.1, validitas diuji dengan melibatkan 30 responden pertama pada tingkat signifikansi 5%, yang menghasilkan  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dalam setiap indikator variabel X (*E-WOM*) dianggap valid, mengingat nilai  $r_{hitung}$  melebihi  $r_{tabel}$ .

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.551**	.083	.322	.377*	.372*	.781**
	Sig. (2-tailed)		.002	.661	.083	.040	.043	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.551**	1	-.154	.318	.207	.268	.606**
	Sig. (2-tailed)	.002		.415	.087	.272	.152	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.083	-.154	1	.337	.174	.207	.451*
	Sig. (2-tailed)	.661	.415		.069	.359	.273	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.322	.318	.337	1	.059	.179	.606**
	Sig. (2-tailed)	.083	.087	.069		.756	.345	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.377*	.207	.174	.059	1	.261	.575**
	Sig. (2-tailed)	.040	.272	.359	.756		.163	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.372*	.268	.207	.179	.261	1	.596**
	Sig. (2-tailed)	.043	.152	.273	.345	.163		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.781**	.606**	.451*	.606**	.575**	.596**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.012	.000	.001	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**Gambar 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Merujuk pada gambar 3.2, validitas diuji dengan melibatkan responden pada tingkat signifikansi 5%, yang menghasilkan rtabel sebesar 0,361. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dalam setiap indikator variabel Y (Keputusan Pembelian) dianggap valid, mengingat nilai rhitung melebihi rtabel.

### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada tingkat ketepatan, konsistensi, dan keakuratan suatu alat ukur dalam menghasilkan data (Umar, 2014). Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap stabil ketika dilakukan secara berulang dengan instrumen dan variabel yang sama. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* untuk mengukur konsistensi internal instrumen penelitian. Sebuah instrumen dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik apabila nilai *Cronbach's Alpha* mencapai atau melebihi 0,600. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung *Cronbach's Alpha*:

$$\text{Cronbach's } a = \left( \frac{M}{M-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^M s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Berikut ketentuan dalam melakukan uji reliabilitas pada tiap item kuesioner dapat dinyatakan sebagai pertanyaan yang reliabel atau tidak reliabel:

1. Jika nilai Alpha Cronbach lebih besar daripada 0,600, maka item kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai Alpha Cronbach lebih kecil daripada 0,600, maka item kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.680	6

**Gambar 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *E-WOM* (X)**

Berdasarkan analisis reliabilitas menggunakan SPSS versi 26 , nilai Alpha yang diperoleh variabel *E-WOM* lebih besar dari 0,600. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas sudah memadai (sufficient reliability).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.652	6

**Gambar 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan analisis reliabilitas menggunakan SPSS versi 26 , nilai Alpha yang diperoleh variabel Keputusan Pembelian lebih besar dari 0,600. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas sudah memadai (sufficient reliability).

## 3.8. Rancangan Analisis Data

### 3.8.1. Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang subjek penelitian berdasarkan data variabel yang dikumpulkan dari

responden, tanpa melakukan pengujian hipotesis (Umar, 2014). Analisis ini melibatkan penyajian data dalam format yang jelas, informatif, dan mudah dipahami, seperti tabel distribusi frekuensi, diagram, histogram, atau diagram kotak. Penyusunan data yang rapi dan sistematis bertujuan untuk mempermudah interpretasi serta pemahaman terhadap hasil penelitian.

### 3.8.2. Analisis Data Verifikatif

Analisis data verifikatif dilakukan untuk menguji, membuktikan, dan memastikan kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan. Melalui analisis ini, dapat diketahui sejauh mana hubungan dan pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, metode analisis verifikatif yang digunakan mencakup uji normalitas untuk memastikan distribusi data, analisis korelasi untuk melihat hubungan antar variabel, analisis regresi sederhana untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta penghitungan koefisien determinasi guna mengetahui sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen.

#### 3.8.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah teknik pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sebaran data pada suatu variabel atau kelompok data. Sebelum melakukan analisis statistik, uji normalitas diperlukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, alat uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov dengan rumus sebagai berikut:

$$D = |F_s(x) - F_t(t)|_{max}$$

Jika  $p < 0,05$  maka data tersebut terdistribusi tidak normal. Jika  $p \geq 0,05$  maka data tersebut terdistribusi secara normal.

#### 3.8.2.2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah metode yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dalam penelitian. Untuk memahami sejauh mana keterkaitan antara kedua variabel tersebut, dilakukan pengujian korelasi. Dalam penelitian ini, analisis korelasi yang digunakan adalah *Pearson Correlation Coefficient*, yang juga dikenal sebagai *Product Moment*

*Coefficient Correlation* (Koefisien Korelasi Produk Momen). Adapun rumus yang digunakan dalam perhitungan ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Nilai koefisien korelasi variabel x dan variabel y
- $x$  = Total skor item yang dicapai subjek
- $Y$  = Total skor keseluruhan
- $\sum x$  = Skor keseluruhan pada distribusi x
- $\sum y$  = Skor keseluruhan pada distribusi y
- $\sum xy$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel x dan y
- $n$  = Jumlah responden

Korelasi produk momen dituliskan dengan (r), dengan ketentuan nilai r tidak lebih berharga dari (-1 < r < 1) apabila r = -1 artinya korelasi negatif sempurna; r = 0 artinya tidak ada korelasi; r = 1 artinya koefisien korelasinya sangat kuat.

### 3.8.2.3. Koefisien Determinasi

X dapat dikatakan mempengaruhi Y apabila berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan di Y. Berarti naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, maka nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y yang bervariasi tersebut tidak serta merta disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang dapat menyebabkannya. Untuk menghitung besarnya pengaruh variabel X terhadap naik turunnya Y dapat menggunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- $KD$  = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan
- $r^2$  = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

Pengaruh variabel X dikatakan kuat apabila koefisien determinasi lebih besar dari 60% (>60%).

#### 3.8.2.4. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y) yakni retensi pelanggan dapat diprediksikan melalui variabel independen (X) yakni kepuasan pelanggan. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- $Y$  = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan
- $a$  = Harga Y bila  $X = 0$  (harga konstan)
- $b$  = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila  $b (+)$  maka naik, dan  $(-)$  maka terjadi penurunan.
- $X$  = Subjek variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Nilai  $a$  dan  $b$  ditentukan dengan rumus berikut:

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

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

X dikatakan mempengaruhi Y, jika perubahannya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan menyebabkan nilai Y juga naik turun. Dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi bukan semata-mata disebabkan oleh X karena masih ada faktor lain yang menjadi penyebabnya. data verifikatif dilakukan untuk memverifikasi, membuktikan, dan mencari kebenaran dari hipotesis. Dengan melakukan analisis verifikatif ini dapat diketahui pengaruh antara e-WoM terhadap keputusan pembelian.

#### 3.8.2.5. Uji Hipotesis

Untuk mengukur besaran pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y secara parsial digunakan uji t. Uji hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan antara t hitung dan t tabel. Rumus t hitung dapat dilihat pada rumus berikut ini:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan:

- $t$  = Distribusi statistik dengan kebebasan (dk) =  $n - 2$
- $r$  = Koefisien korelasi product moment
- $n$  = Banyaknya data sampel

Kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi 5% ditentukan sebagai berikut:

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.