

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2020:2). Data yang didapatkan dari penelitian dapat digunakan untuk mengungkapkan, menggambarkan, dan menyimpulkan hasil pemecahan dari suatu masalah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020:16).

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode survey. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menyebarkan kuesioner, wawancara terstruktur, dan sebagainya (Sugiyono, 2020:15). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2020:147), penelitian deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Dalam penelitian deskriptif data dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, uraian singkat, dan lain-lain, sehingga dapat menggambarkan objek penelitian (Sugiyono, 2020:325). Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian

deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu, untuk mengetahui tanggapan penginap mengenai harga (X_1), *electronic word of mouth* (X_2), dan proses keputusan pembelian (Y) Prima Perabot.

Penelitian verifikatif adalah penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2020:329). Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga (X_1), *electronic word of mouth* (X_2), dan proses keputusan pembelian (Y) Prima Perabot.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian secara spesifiknya merupakan suatu atribut, nilai atau sifat, individu atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah harga (X_1), *electronic word of mouth* (X_2), dan proses keputusan pembelian (Y). variabel-variabel tersebut kemudian didefinisikan dan dibuat operasionalisasi variabelnya berdasarkan dimensi, indikator, dan skala penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

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 kesimpulan (Sugiyono, 2020:68).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga (X_1), *electronic word of mouth* (X_2), dan proses keputusan pembelian (Y). Adapun masing-masing variabel tersebut didefinisikan sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent, atau variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2020:69). Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah harga (X_1) dan *electronic word of mouth* (X_2) :

a. Harga (X_1)

Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa menurut Kotler & Amstrong (2016:324)

b. *Electronic Word of Mouth* (X_2)

Electronic word of mouth adalah E-Wom merupakan komunikasi pemasaran yang dilakukan secara online melalui media sosial internet menurut Schiffman dan Kanuk (2016: 27).

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen, atau variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2020:69). Dalam

penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah proses keputusan pembelian (Y). Proses keputusan pembelian (Y) merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka menurut Kotler & Amstrong (2016).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan dalam penelitian ini karena untuk mempermudah dalam memahami skala pengukuran dan menentukan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan tabel mengenai operasionalisasi variabel dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, harga (X_1), *electronic word of mouth* (X_2), dan proses keputusan pembelian (Y). Berikut tabel mengenai operasionalisasi variabel dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Harga (X1) Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang dimana harga merupakan satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan	Keterjangkauan harga	Harga produk yang ditawarkan terjangkau	Tingkat harga produk yang ditawarkan terjangkau	Ordinal	1
		Harga produk sesuai dengan kemampuan konsumen	Tingkat harga produk sesuai dengan kemampuan konsumen	Ordinal	2

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
pendapatan Fandy Tjiptono (2015:156), Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:289), Zeithaml, Bitner dan Gremler dalam Zulaicha dan Irawati (2016:125)	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk menurut review konsumen	Tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk menurut review konsumen	Ordinal	3
		Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditampilkan pada foto serta deskripsi produk	Tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditampilkan pada foto serta deskripsi produk	Ordinal	4
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan kebutuhan	Tingkat harga sesuai dengan yang dibutuhkan	Ordinal	5
		Harga sesuai dengan manfaat yang diberikan menurut review konsumen	Tingkat harga sesuai dengan tingkat manfaat yang diberikan menurut review konsumen	Ordinal	6
	Daya saing harga	Harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan pesaing	Tingkat harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan pesaing	Ordinal	7
		Beragamnya potongan harga yang ditawarkan dibandingkan pesaing	Tingkat beragamnya potongan harga yang ditawarkan dibandingkan	Ordinal	8

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
			pesaing		
Electronic Word of Mouth (X2) Electronic word of mouth merupakan "pernyataan negatif atau positif yang dibuat oleh konsumen actual, potential atau konsumen sebelumnya mengenai produk atau perusahaan dimana informasi ini tersedia bagi orang-orang ataupun institusi melalui media internet." Goyette dan Richard (2010:72), Hennig Thurau et.al (2004,36)	Intensitas (Intensity)	Frekuensi interaksi dengan pengguna Shopee	Tingkat frekuensi interaksi dengan pengguna Shopee	Ordinal	9
		Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna Shopee	Tingkat banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna Shopee	Ordinal	10
	Valence of Opinion	Komentar positif dari pengguna lainnya	Tingkat komentar positif dari pengguna lainnya	Ordinal	11
		Rekomendasi dari pengguna lainnya	Tingkat rekomendasi dari pengguna lainnya	Ordinal	12
	Konten (Content)	Informasi tentang variasi produk	Tingkat informasi tentang variasi produk	Ordinal	13
		Informasi tentang kualitas produk	Tingkat informasi mengenai kualitas produk	Ordinal	14
Proses Keputusan Pembelian (Y) Proses keputusan pembelian merupakan tahapan-	Pengenalan kebutuhan	Membutuhkan Produk perlengkapan rumah tangga	Tingkat Kebutuhan akan perlengkapan rumah tangga	Ordinal	15

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p>tahapan yang ada dalam proses pengambilan keputusan oleh Pembelian.</p> <p>Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran (2014:176), Kotler dan Keller (2016:195), dan Malau dalam Rugaya (2017:236)</p>		Ketertarikan untuk membeli produk Prima Perabot	Tingkat ketertarikan untuk membeli produk Prima Perabot	Ordinal	16
	Pencarian informasi	Iklan, media, cetak, social media	Tingkat kesesuaian alat pencarian informasi	Ordinal	17
		Keingintahuan mengenai produk Prima Perabot	Tingkat keingintahuan mengenai produk Prima Perabot	Ordinal	18
	Evaluasi Alternatif	Kesesuaian produk dengan harapan konsumen sesuai dengan review	tingkat kesesuaian produk dengan harapan konsumen sesuai dengan review	Ordinal	19
		Perbandingan perbedaan dengan produk di toko lain	Tingkat perbandingan perbedaan dengan toko lain	Ordinal	20
	Keputusan membeli	Keyakinan terhadap produk Prima Perabot	Tingkat keyakinan terhadap produk Prima Perabot	Ordinal	21
		Rencana pembelian produk	Tingkat kematangan rencana pembelian produk	Ordinal	22
	Perilaku pasca pembelian	Manfaat produk yang dirasakan	Tingkat manfaat produk yang dirasakan	Ordinal	23

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		Merekomendasikan produk Prima Perabot kepada orang lain	Tingkat merekomendasikan produk Prima Perabot kepada orang lain	Ordinal	24

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dan sampel diperlukan dalam penelitian, karena tentunya suatu penelitian memerlukan subjek atau objek penelitian agar data-data yang diperlukan dapat diperoleh dengan baik dan permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian ini berlaku sebagai objek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020:126). Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Berkanaan dengan hal tersebut peneliti akan menguraikan objek dalam penelitian ini, yang dimana populasinya adalah jumlah *followers* yang belum membeli di akun Shopee Prima Perabot, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2
Data *Followers* Akun Shopee Prima Perabot

Data <i>Followers</i>	Jumlah
Belum Beli	2.218
Sudah Beli Sekali	13.564
Sudah Beli 2 Kali	4.735
Sudah Beli > 2 Kali	1.483
Jumlah <i>Followers</i>	22.000
Data yang diambil (Belum Beli)	2.218

Sumber : Data Internal Perusahaan (2022)

Berdasarkan tabel 3.2 yang disajikan bahwa populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah jumlah *followers* yang belum membeli di akun Shopee Prima Perabot pada bulan September 2022. Adapun hasil yang didapatkan yaitu sebanyak 2.218 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang di ambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel merupakan salah satu unsur dari populasi yang hendak di jadikan suatu objek penelitian. Apabila penelitian menggunakan sampel maka yang bisa di dapatkan yaitu ciri-ciri sampel yang diharapkan bisa menaksir ciri-ciri populasi. Menurut Sugiyono (2018:81). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Untuk mengetahui jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka perlu dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

Dimana :

N : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e^2 : Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolerir

(Tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* yang belum membeli di akun Shopee Prima Perabot dengan jumlah populasi yaitu sebanyak 2.218 orang. Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat ke akuratanya yaitu 90% maka sampel yang dapat diambil untuk mewakili populasi tersebut yaitu :

$$n = \frac{2.218}{1+2.218 (0,10)^2} = \frac{2.218}{23,18}$$

$$= 95,69 = 96 \text{ (dibulatkan)}$$

Maka dengan melihat hasil diatas, banyaknya sampel yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 orang responden *followers* yang belum membeli di akun Shopee Prima Perabot dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2020:128). Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu, probability sampling dan nonprobability sampling. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. Menurut Sugiyono (2020:131) nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau

anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kemudian, non probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah incidental sampling. Incidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2020:133).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi serta fakta pendukung yang ada di lapangan untuk keperluan penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk diteliti lebih lanjut (Sugiyono, 2020:194). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan dilakukan untuk mendapatkan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung terhadap objek penelitian.

- a) Wawancara Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber. Menurut Sugiyono (2020:195) wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur serta dapat dilakukan melalui tatap muka maupun melalui telepon.

- b) Kuesioner Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada responden. Menurut Sugiyono (2020:200) kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka serta dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.
- c) Observasi Teknik pengumpulan data dengan observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung terhadap masalah yang berkaitan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2020:203) observasi dilakukan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan dilakukan untuk mendapatkan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung yang memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan.

- a) Buku yang digunakan adalah yang sesuai dengan penelitian ini dan dapat membantu melengkapi informasi yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian.
- b) Jurnal yaitu data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian dan juga sebagai pembanding dengan hasil penelitian yang peneliti teliti ini.

- c) Internet yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian baik berbentuk jurnal, makalah, ataupun karya ilmiah.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2020:156). Pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas dan reliabilitas merupakan syarat yang harus dipenuhi dalam penelitian kuantitatif yang bersumber dari data primer (Sugiyono, 2020:157).

3.5.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2020:175). Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika nilai koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai koefisiennya di bawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari tahu nilai koefisien tersebut, digunakan rumus pearson product moment 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} = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

Σx = Jumlah hasil pengamatan variabel x

Σy = Jumlah hasil pengamatan variabel y

Σxy = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor x

Σy^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor y

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup.
- b. Apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut jurang valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

Sugiyono (2017:204) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Dengan kata lain uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan serta untuk melihat seberapa besar tingkat konsistensi dari hasil

pengukuran yang dimiliki jika dilakukan pengujian secara berulang. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.

Menurut Sugiyono (2017:168) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pertanyaan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pertanyaan tersebut.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode *alpha cronbach*. Metode ini dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *alpha cronbach* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian.

Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai apabila koefisien *alpha cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,7. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliabel. Skala dikelompokkan dalam lima kelas *range* atau rentang nilai yang sama, ukuran kemantapan *alpha cronbach* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai *alpha cronbach* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
2. Nilai *alpha cronbach* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
3. Nilai *alpha cronbach* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
4. Nilai *alpha cronbach* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
5. Nilai *alpha cronbach* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

Rumus reliabilitas dengan menggunakan metode alpha cronbach ialah sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{ii} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya Butir Pertanyaan atau Banyak Soal

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah butir pernyataan

σt^2 = Varians Total

Setelah nilai reliabilitas instrumen diketahui maka selanjutnya nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Pengambilan keputusan didasarkan kepada apabila nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Sebaliknya apabila nilai $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel. Maka dapat disimpulkan apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dapat dikatakan reliabel dan sebaliknya apabila koefisien reliabilitas kurang dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan tidak reliabel.

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2020:206). Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan

masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan seluruh variabel secara simultan menggunakan uji F dan secara parsial menggunakan uji-t. Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan nilai atas jawaban responden dengan skala likert.

Tabel 3.3
Skala likert

No.	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2020:147)

3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2020:325), analisis deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Dalam penelitian deskriptif data dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, uraian singkat, dan lain-lain, sehingga dapat menggambarkan objek penelitian. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui mengenai kondisi harga (X_1) dan *electronic word of mouth* (X_2) terhadap proses keputusan pembelian (Y) di Prima Perabot, kemudian diklasifikasikan terhadap jumlah total skor responden. Jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui tingkat

perolehan nilai variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata dilakukan dengan menjumlahkan jawaban kuesioner lalu dibagi jumlah pernyataan dikalikan jumlah responden. Berikut cara perhitungannya :

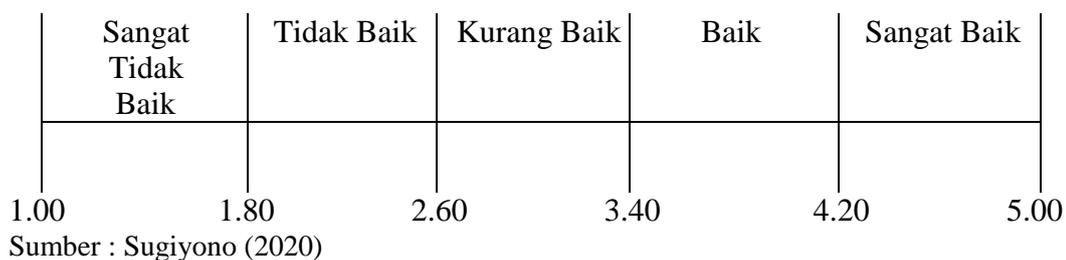
$$\Sigma x = \frac{\Sigma \text{jawaban kuesioner}}{\Sigma \text{pertanyaan} \times \Sigma \text{responden}} = \text{skor rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, kemudian hasil perhitungan tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada ruang skor yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$NJI \text{ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria jawaban}}$$

Keterangan :

- Skor Minimum : 1
- Skor Maksimum : 5
- Lebar Skala : $\frac{5-1}{5} = 0,8$



Gambar 3.1
Garis kontinum

Dengan demikian menurut Sugiyono (2020:148) dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut :

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00-1,80 maka dikategorikan sangat tidak baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81-2,60 maka dikategorikan tidak baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61-3,40 maka dikategorikan kurang baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41-4,20 maka dikategorikan baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21-5,00 maka dikategorikan sangat baik

3.6.2 Analisis Verifikatif

Penelitian verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Menurut Sugiyono (2017:13) menyatakan bahwa “metode kuantitatif merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Dalam penelitian yang penulis buat, ada beberapa metode statistik yang akan digunakan seperti analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda (r), dan analisis koefisien determinasi (R) yakni sebagai berikut:

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2020:213) menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel harga (X_1) dan *electronic word of mouth* (X_2) terhadap proses keputusan pembelian (Y). Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing independen

berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus Sugiyono (2020:258) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Proses Keputusan Pembelian)

a = Bilangan Konstanta

b₁ = Koefisien Bebas (Harga)

b₂ = Koefisien Bebas (*Electronic Word of Mouth*)

x₁ = Koefisien Regresi (Harga)

x₂ = Koefisien Regresi (*Electronic Word of Mouth*)

e = *error* (Kesalahan)

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono (2021:214) Korelasi berganda digunakan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara variabel independent dan variabel dependent. Jika satu variabel naik, variabel lainnya akan naik demikian pula sebaliknya. Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y) secara bersamaan. Adapun rumus korelasi berganda menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment yakni 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 = Koefisien korelasi pearson product moment

n = Jumlah responden

x = Variabel Indenpen

y = Variabel Dependenden

Bila nilai koefisien korelasi berganda r dapat bervariasi dari -1 sampai dengan +1 atau ditulis sistematis dengan $-1 < r < +1$ yaitu:

- a. Jika $r = 1$ atau mendekati 1, maka disebutkan terdapat hubungan antara variabel Independent dan Dependent yang sangat kuat dan korelasi antara kedua variabel yang dapat dikatakan positif atau searah.
- b. Jika $r = -1$ atau mendekati -1, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel Independent dan Dependent negatif atau berlawanan.
- c. Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel Independent dan Dependent tidak ada hubungan korelasi

Dengan demikian pengukuran hubungan antar dua variabel untuk masing-masing kasus akan menghasilkan keputusan, hubungan yang sangat kuat, kuat, cukup kuat, rendah, sangat rendah. Interpretasi dari koefisien korelasi berganda atau seberapa besar pengaruh antara variabel Independent terhadap variabel Dependent, dan juga antar variabel independent diolah menggunakan SPSS 2.6 dengan memperhatikan hasil pada *Output Model Summary* (Nilai R) yang

berpedoman pada ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2021:231) yakni sebagai berikut:

Tabel 3.5
Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,000 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,200 – 0,399	Lemah
3	0,400 – 0,599	Sedang
4	0,600 – 0,799	Kuat
5	0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber Sugiyono (2020:248)

3.6.3 Uji Hipotesis Statistik

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap sebuah permasalahan karena masih bersifat praduga dan perlu dibuktikan kebenarannya. Oleh sebab itu, terdapat dua kemungkinan yang akan terjadi yaitu hipotesis diterima atau hipotesis ditolak. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antar setiap variabel yang di uji yaitu apakah ada atau tidaknya pengaruh harga dan *electronic word of mouth (EWOM)* terhadap proses keputusan pembelian secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya. Maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian ini menggunakan uji F dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan Hipotesis

1. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$: artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel harga dan *electronic word of mouth* terhadap proses keputusan pembelian
2. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$: artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel harga dan *electronic word of mouth* terhadap proses keputusan pembelian

b. Menentukan tingkat signifikansi, dalam menentukan taraf nyata atau tingkat signifikan menggunakan nilai $\alpha = 0,1$ atau 10%.

c. Menghitung nilai F hitung untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Perhitungan dilakukan dengan rumus :

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) - (n-k-1)}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah Variabel bebas (independen)

n = Jumlah anggota sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

$(n-k-1)$ = Derajat Kebebasan

d. Berdasarkan perhitungan tersebut maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut $(n-K-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
-

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Uji hipotesis parsial atau uji t dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel satu dengan variabel lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk statistik sebagai berikut :

1. $H_0: \beta_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap proses keputusan pembelian.
2. $H_1: \beta_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap proses keputusan pembelian
3. $H_0: \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *electronic word of mouth* terhadap proses keputusan pembelian
4. $H_1: \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *electronic word of mouth* terhadap proses keputusan pembelian

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji T dengan tingkat signifikan 10%, rumus uji T ialah sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n+2}}{1-r^2}$$

Keterangan :

t_{hitung} = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Kemudian hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan t tabel, dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel X_1 (harga) dan X_2 (*electronic word of mouth*) terhadap variabel Y (proses keputusan pembelian). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda simultan dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut :

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda.

Analisis koefisien determinasi berganda simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X_1 (harga) dan X_2 (*electronic word of mouth*) terhadap variabel Y (proses keputusan pembelian) secara simultan, dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat koefisien berganda

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X_1 (harga) dan X_2 (*electronic word of mouth*) terhadap variabel Y (proses keputusan pembelian) secara parsial :

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi.

β = Standar koefisien Beta (nilai $b_1 b_2 b_3$).

Zero order = Korelasi variabel independen dengan variabel dependen.

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase.

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah.
- b. Jika Kd mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2020:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner itu berisi pertanyaan mengenai variabel pengaruh harga dan *electronic word of mouth* terhadap proses keputusan pembelian sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Responden memilih yang tersedia dari pernyataan yang sudah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala likert.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian melalui *whatsapp* dengan *database followers* akun Shopee Prima Perabot yang dimiliki. Penelitian ini mulai dilakukan pada bulan Januari-Juni 2022.