

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Metode penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode penelitian survei. Menurut Sugiyono (2017:30) “Survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”. Tujuan penelitian survei untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat- sifat serta karakter-karakter yang khas Odari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum. Metode pada suatu penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan yang diperlukan dibutuhkan metode yang relevan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Sugiyono (2017:3) selanjutnya menjelaskan pengertian metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pengumpulan data yang dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dalam penelitian. Terdapat dua jenis metode, yaitu metode deskriptif dan verifikatif menurut Sugiyono (2017:11) Penelitian deskriptif, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai dan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Sedangkan Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian

yang di tujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Jenis metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017:147) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpamembuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain yang ditelitidan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode deskriptif ini dipergunakan untuk mengetahui Word Of Mouth (WOM), Lokasi dan Keputusan Pembelian. Menurut Sugiyono (2017:8) metode verifikatif adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk mengujihipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh atau mengetahui hubungan sebab akibat dari hipotesis yang telah diajukan. Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh Word Of Mouth (WOM) dan Lokasi terhadap Proses Keputusan Pembelian konsumen Toko Kopi Skuter6666.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017: 14) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk melakukan penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak. Pengumpulan data menggunakan alat penelitian. Data analisis bersifat kuantitatif / statistik, tujuannya untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### 3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2017:58). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variabel*), dan variabel terikat (*dependent variabel*). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau mulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel dapat diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Variabel ini melibatkan tiga variabel ( $X_1$ ) *Word of Mouth*, ( $X_2$ ) Lokasi sebagai variabel independen dan proses keputusan pembelian ( $Y$ ) sebagai variabel dependen. Berikut ini peneliti sajikan penjelasan dari masing-masing variabel yaitu:.

a. *Word of Mouth* ( $X_1$ )

Menurut Priansa (2017) mendefinisikan, WOM sebagai kegiatan pemasaran dalam memberikan informasi suatu produk/jasa dari satu konsumen kepada konsumen lainnya untuk membicarakan, mempromosikan, dan mau menjual suatu Merek kepada orang lain.

b. Lokasi ( $X_2$ )

Pengertian lokasi menurut Fandy Tjiptono (2017) menyatakan bahwa “lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan

mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen”.

c. Proses Keputusan Pembelian (Y)

Kotler & Armstrong (2017:177) “*Consumer behavior is the study of how individual, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants*”. artinya proses keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Setelah peneliti menjelaskan tentang definisi-definisi dari setiap variabel mengenai Word of Mouth, lokasi, serta proses keputusan pembelian maka pada subbab berikutnya peneliti akan menjabarkan operasional variabel guna memperjelas variabel-variabel dalam penelitian ini.

### 3.2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden. Selain itu, operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, konsep variabel, indicator, ukuran dan skala. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti yaitu *Word of Mouth* sebagai variabel bebas pertama ( $X_1$ ), Lokasi sebagai variabel bebas kedua ( $X_2$ ), dan proses

keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y).

Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala. Data skala ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara kategorisasi atau klasifikasi tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan atau tingkatan operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel-variabel yang menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui klasifikasi ukurannya. Berikut merupakan operasionalisasi variabel yang di teliti dapat di lihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel & Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<b>Word Of Mouth (WOM) (X1)</b> <i>Word Of Mouth</i> sebagai kegiatan pemasaran dalam memberikan informasi suatu produk/jasa dari satu konsumen kepada konsumen lainnya untuk membicarakan, mempromosikan, dan mau menjual suatu Merek kepada orang lain. Priansa (2017)	Pembicaraan ( <i>Talkers</i> )	Pembicara menyampaikan pesan atau informasi dengan jelas	Tingkat menyampaikan pesan atau informasi yang jelas	Ordinal	1
		Pembicara memiliki pengetahuan mengenai informasi	Tingkat memiliki pengetahuan informasi	Ordinal	2
	Topik ( <i>Topics</i> )	Menceritakan pengalaman menarik terhadap produk yang digunakan atau konsumsi	Tingkat pengalaman terhadap produk yang digunakan atau konsumsi	Ordinal	3
		Merekomendasikan produk atau jasa pada orang lain	Tingkat merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain	Ordinal	4
	Alat ( <i>Tools</i> )	Memperhatikan informasi cafe melalui bukti foto suatu produk atau tempat melalui social media	Tingkat memperlihatkan informasi melalui social media	Ordinal	5

Variabel & Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item	
		Memperhatikan perlengkapan untuk mempermudah konsumen dalam melakukan pembicaraan melalui telepon / handphone	Tingkat mempermudah konsumen dalam melakukan pembicaraan	Ordinal	6	
<b>Lokasi (X2)</b>  Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen  Fandy Tjiptono (2017)	Akses ( <i>access</i> )	Kemudahan akses transportasi umum	Tingkat kemudahan akses transportasi	Ordinal	7	
		Kelancaran akses menuju lokasi	Tingkat kelancaran akses menuju lokasi	Ordinal	8	
	Visibilitas ( <i>Visibility</i> )	Kemudahan menemukan lokasi	Tingkat kemudahan menemukan lokasi	Ordinal	9	
		Kemudahan melihat lokasi dengan jelas	Tingkat kemudahan melihat lokasi dengan jelas	Ordinal	10	
	Lalu Lintas ( <i>Traffic</i> )	Arus lalu lintas menuju Kopi Skuter6666 lancar	Tingkat lalu lintas lancar	Ordinal	11	
		Keramaian lalu lintas	Tingkat keramaian lalu lintas	Ordinal	12	
	Lahan Parkir ( <i>Parking Lot</i> )	Tersedianya lahan parkir yang luas	Tingkat tersedianya lahan parkir	Ordinal	13	
		Keamanan lahan parkir	Tingkat keamanan lahan parkir	Ordinal	14	
	Ekspansi ( <i>Expension</i> )	Memiliki tempat yang luas	Tingkat kepemilikan tempat yang luas	Ordinal	15	
		Memiliki keunikan tempat	Tingkat keunikan tempat	Ordinal	16	
	Lingkungan ( <i>Environment</i> )	Lokasi cafe dekat dengan perkantoran.	Tingkat kedekatan lokasi cafe dekat dengan perkantoran.	Ordinal	17	
		Lingkungan sekitar cafe yang nyaman.	Tingkat kenyamanan lingkungan sekitar cafe	Ordinal	18	
	Persaingan ( <i>Competition</i> )	Cafe dikelilingi usaha sejenis	Tingkat persaingan di lokasi cafe	Ordinal	19	
		Terdapat konsep café yang sejenis	Tingkat persaingan konsep café	Ordinal	20	
	<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Pengenalan Masalah	Kebutuhan Produk Kopi Skuter6666	Tingkat kebutuhan konsumen terhadap produk Kopi Skuter6666	Ordinal	21

Variabel & Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Menyatakan bahwa proses keputusan pembelian itu meliputi lima sub keputusan, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.  Kotler dan Keller yang diterjemahkan Yudhi (2021)		Pemilihan Produk Kopi Skuter6666	Tingkat pemilihan produk Kopi Skuter6666	Ordinal	22
	Pencarian informasi	Mencari Informasi Lokasi Kopi Skuter6666	Tingkat kemudahan mencari lokasi Kopi Skuter6666	Ordinal	23
		Mencari Informasi mengenai Kopi Skuter6666	Tingkat kemudahan mencari mengenai kopi Skuter6666	Ordinal	24
	Evaluasi alternatif	Memilih lokasi yang mudah dijangkau dekat dengan sarana penduduk, kampus, kantor.	Tingkat memilih lokasi karena dekat dengan sarana	Ordinal	25
		Pemilihan penyalur produk Kopi Skuter6666	Tingkat ketersediaan produk Kopi Skuter6666	Ordinal	26
	Keputusan pembelian	Frekuensi pembelian	Tingkat frekuensi pembelian pada Kopi Skuter6666 yang dilakukan	Ordinal	27
		Waktu pembelian	Tingkat waktu pembelian pada Kopi Skuter6666 yang dilakukan	Ordinal	28
	Perilaku pasca pembelian	Banyak pembelian	Tingkat pembelian secara rutin pada Kopi Skuter6666	Ordinal	29
		Keinginan pembelian	Tingkat keinginan pembelian pada Kopi Skuter6666	Ordinal	30

Sumber: data diolah peneliti 2022

### 3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian

dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian, jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

### 3.3.1 Populasi

Populasi harus mempunyai karakteristik yang sama dan menjadi objek inferensi. Populasi menurut Sugiyono (2017:115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun populasi yang akan dipelajari oleh peneliti adalah konsumen Kopi Skuter6666 (*Coffe Shop*) Bandung.

**Tabel 3. 2**  
**Data Pengunjung Kopi Skuter6666 Bandung Tahun 2021**

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	821
2	Februari	831
3	Maret	868
4	April	700
5	Mei	502
6	Juni	633
7	Juli	644
8	Agustus	610
9	September	664
10	Oktober	742
11	November	800
12	Desember	711
<b>Jumlah</b>		<b>8.526</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>710</b>

Sumber : Owner Kopi Skuter6666

### 3.3.2 Sampel

Pengambilan sampel penelitian dalam suatu penelitian harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh dan bersifat representatif, artinya dapat mewakili karakteristik dari populasi penelitian secara keseluruhan, atau dapat menggambarkan keadaan sebenarnya. Sampel merupakan sebagian populasi yang dianggap representatif yang diambil dengan teknik tertentu. Penelitian ini mengambil sampel dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebanyak 10% dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin yang dapat ditunjukkan dihalam selanjutnya.

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e<sup>2</sup> = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat

kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90% sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar:

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{710}{1+(710)(0,1)^2} = \frac{710}{1+7,1} = \frac{710}{8,1} = 87,6$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian sebanyak 88 (dibulatkan) orang yang akan dijadikan ukuran sampel.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2019:116) menjelaskan bahwa teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2019:120) “*nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak diberi peluang/kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. “*nonprobability sampling* terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, *sampling incidental*, sampling jenuh dan *snow ball sampling*. Teknik *non probability* yang dipilih yaitu jenis sampling *incidental*, menurut Sugiyono (2019:122) “*sampling incedental* merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang secara dimana porsi dari suatu populasi di seleksi agar dapat mewakili populasi tersebut yang benar benar sesuai dan dapat menggambarkan populasi untuk dijadikan sebagai subjek penelitian. Teknik sampling yang digunakan peneliti adalah *probability sampling* yaitu tidak ada kriteria khusus untuk menjadi sampel dengan menggunakan *simple random sampling* yaitu anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi, Sugiyono (2017:82)

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan sebuah data, menurut Sugiyono (2020:223).

Dilihat dari segi cara atau teknik dalam pengumpulan sebuah data maka metode teknik pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian sementara itu instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan dipergunakan dalam melakukan penelitian ini diantaranya.

#### 1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survey lapangan yang ada hubungan dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer terdiri dari,

##### a. Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

##### b. Wawancara

Melakukan tanya jawab langsung dengan pemilik café. Hal ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dengan penelitian.

##### c. Kuesioner

Teknik pengambilan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat yaitu kuesioner berstruktur, dimana pertanyaan disusun secara rapih mengenai variabel-variabel yang diteliti.

#### 2. Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang dilaksanakan dengan salah satu cara pengumpulan data secara tidak langsung yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data atau informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Data-data tersebut dapat berupa laporan ataupun dokumen perusahaan serta data-data lain yang dapat membantu proses pengumpulan data penelitian seperti sebagai berikut.

a. Buku

Buku yang digunakan merupakan buku yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan sehingga dapat memberikan informasi tambahan untuk menjawab permasalahan penelitian terkait dengan yang sedang diteliti.

b. Jurnal

Jurnal merupakan data pendukung yang berasal dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Jurnal yang diambil ialah yang membahas mengenai permasalahan yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti saat ini.

c. Internet

Pencarian data dalam internet dilakukan dengan cara mencari data dan informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan baik yang berbentuk jurnal, artikel, ataupun karya tulis ilmiah.

### **3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis**

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap

item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti. dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, analisis data yang dikumpulkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu kepercayaan, *Word Of Mouth(WOM)* dan Lokasi terhadap variabel dependen yaitu Proses keputusan pembelian.

### **3.5.1 Uji Instrumen**

Instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengukur nilai dari sebuah variabel yang diteliti. Maka jumlah instrumen yang digunakan akan tergantung kepada jumlah variabel yang akan diteliti. Instrumen penelitian yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini ialah daftar pertanyaan (kuesioner) yang diserahkan kepada responden sebagai sampel dari populasi. Untuk menguji nilai kebenarannya maka yang perlu dilakukan ada dua macam pengujiannya yaitu uji validitas (test of validity) dan uji reabilitas (test of reability).

#### **3.5.1.1 Uji Validitas**

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesalahan setiap item pertanyaan mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing – masing pernyataan item yang ditujukan

kepada responden dengan total untuk seluruh item.

Cara untuk mencari nilai validitas dari sebuah item adalah dengan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel tersebut, apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid. Metode korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

x = Skor yang diperoleh dari subjek tiap item

y = Skor total instrument

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut (Sugiyono, 2017:209) reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah method Alpha Conbach(CA) adalah

statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus spearman brown, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus:

$$r_b = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n \sum A^2) - (n \sum B^2 - (\sum B)^2))}}$$

Dimana:

$r$  = Koefesien korelasi product moment

$A$  = Variabel nomor ganjil

$B$  = Variabel nomor genap

$\sum A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\sum AB$  = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* dihalaman berikutnya.

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana :

$r$  = Nilai reliabilitas

$r_b$  = Korelasi *pearson product moment* antar belahan pertama (ganjil), belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen ( $r_b$  hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a. Bila  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila  $r_{hitung} <$  dari  $r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas.

Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa suatu alat ukur harus konsisten sehingga untuk mengetahui kekonsistennya dilakukanlah uji reliabilitas ini. Berkenaan hal tersebut keandalan suatu alat ukur dilihat dengan menggunakan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reliabilitas, yang dimana dapat dilihat bahwa apabila koefisien reliabilitas dari instrument penelitian lebih besar dari 0,700 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel atau dengan kata lain disebut konsisten.

### 3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif di gunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel X1 (*Word of mouth*), variabel X2 (Lokasi) dan variabel Y (Proses keputusan pembelian), tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian berdasarkan data variabel yang dapat di peroleh dari kelompok subjek tertentu. Dalam penelitian, penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen yang selanjutnya

dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori: sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk lebih jelas berikut rumusnya

$$\bar{p} = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesione}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

Setelah nilai rata-rata diketahui, maka hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

Dimana:

Nilai tertinggi : 5

Nilai terendah : 1

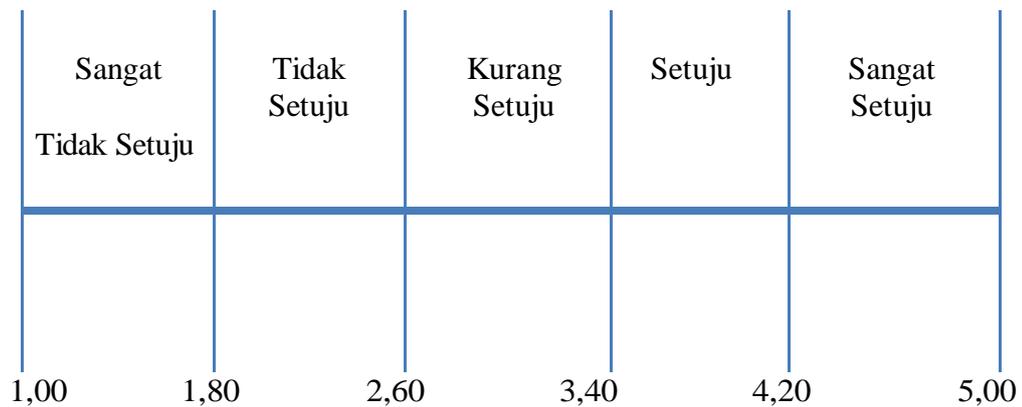
Interval :  $5 - 4 = 1$

Jarak Interval :  $\frac{5-1}{5} = 0,8$

**Tabel 3. 3**  
**Kategori Skala**

Skala		Katagori
1,00	1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81	2,60	Tidak Setuju
2,61	3,40	Kurang Setuju
3,41	4,20	Setuju
4,21	5,00	Sangat Setuju

Sumber: Sugiono (2017:97)



**Gambar 3. 1**  
**Garis Kontinum**

**Tabel 3. 4**  
**Kategori Skala Pervariabel**

Variabel	Kategori
<i>Word Of Mouth(WOM)</i>	Sangat Tidak Baik
	Tidak Baik
	Kurang Baik
	Baik
	Sangat Baik
Lokasi	Sangat Tidak Strategis
	Tidak Strategis
	Kurang Strategis
	Strategis
	Sangat Strategis
Proses Keputusan Pembelian	Sangat Tidak puas
	Tidak Puas
	Kurang Puas
	Puas
	Sangat Puas

### 3.5.3 Analisis Verifikatif

Penelitian ini menggunakan analisis verifikatif, dimana analisis verifikatif adalah untuk menganalisis pengaruh antar variabel independen terhadap variabel

dependen. Analisis verifikatif menurut Sugiyono (2020:54) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

### **3.5.3.1 Methode of Succesive Interval (MSI)**

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang didapat masih dalam bentuk skala ordinal. Peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis liner berganda dalam pengolahan datanya. Sebelum data di analisis dengan menggunakan metode analisis liner berganda, untuk data yang berskala ordinal harus dirubah menjadi data dalam bentuk skala interval. Perubahan data dari skala ordinal menjadi skala interval dengan menggunakan teknik *Method of Succesive Interval (MSI)*. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pernyataan)
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi
4. Menentukan proporsi komulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal

5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai  $Z$ .
6. Menentukan nilai skala (*scale value / SV*)

$$SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit) - (Area\ under\ lower\ limit)}$$

Keterangan:

*SV (Scale Value)* : Rata-rata Interval

Density at lower limit : Kepaduan batas bawah

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Area under upper limit : Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : Daerah dibawah batas bawah

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus :

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 [SV_{min}]$$

### 3.5.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2020:210) menyatakan bahwa “analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah”. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antara variabel tersebut dapat dicirikan melalui model matematik yang disebut dengan model regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah seberapa besar pengaruh variabel itu sendiri. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti.

Analisis regresi liner berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel  $X_1$  (*word of mouth*) dan  $X_2$  (lokasi) dan  $Y$  (Proses Keputusan Pembelian). Rumus yang digunakan yaitu :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

$Y$  = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

$\alpha$  = Bilangan konstanta

$b_1$  dan  $b_2$  = Koefisien regresi *word of mouth* (WOM) dan lokasi

$X_1$  = Variabel bebas (*word of mouth*)

$X_2$  = Variabel bebas (lokasi)

$\varepsilon$  = Error atau faktor gangguan lain

Untuk mendapatkan nilai nilai -  $a$ ,  $b_1$  dan  $b_2$  dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

### 3.5.3.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara *Word Of Mouth* ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ) dan Proses Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Dimana:

$r^2$ : Koefisien korelasi berganda

JKregresi: Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\Sigma Y^2$ : Jumlah kuadrat total korelasi

Apabila  $r = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2 dan variabel Y

Apabila  $r = -1$ , artinya terdapat hubungan antar variabel negative

Apabila  $r = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel dibawah.

**Tabel 3. 5**  
**Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi**

Interval Koefidien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017:184)

### 3.5.4 Uji Hipotesis Statistik

Uji hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh *word of mouth* , lokasi, dan Proses keputusan pembelian.

Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis a ( $H_a$ ), rumus hipotesisnya sebagai berikut.

#### 3.5.4.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap

variabel dependen. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

$H_0 : b_1 ; b_2 = 0$ , tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *word of mouth* (WOM) dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian

$H_a : b_1 ; b_2 \neq 0$ , terdapat pengaruh secara simultan variabel *word of mouth* (WOM) dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian

b. Menentukan tingkat signifikan, yaitu 10% atau 0,1 dan derajat bebas (db) =  $n - k - 1$ , untuk mengetahui daerah  $F_{tabel}$  sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

c. Menghitung nilai  $F_{hitung}$  untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda

$k$  = Banyaknya variable bebas

$n$  = Jumlah anggota sampel

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

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

d. Perhitungan tersebut akan diperoleh  $F$  dengan pembilang  $K$  dan penyebut  $(n - k - 1)$  dengan ketentuan sebagai berikut:

Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_a$  diterima (signifikan)

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_0$  diterima (tidak signifikan)

### 3.5.4.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah saling mempengaruhi atau tidak. Pengujian dilakukan dengan uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan formulasi uji hipotesis

- 1)  $H_0 : b_1 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh *word of mouth* (WOM) terhadap proses keputusan konsumen
- 2)  $H_a : b_1 \neq 0$ , Terdapat pengaruh *word of mouth* (WOM) terhadap proses keputusan konsumen
- 3)  $H_0 : b_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap proses keputusan konsumen
- 4)  $H_a : b_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap proses keputusan konsumen

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan tingkat signifikan 10% atau dengan, dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

t= Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Kemudian hasil hipotesis  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel, dengan ketentuan sebagai berikut.

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

### 3.5.5 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variable independent (X) terhadap variable dependen (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial dengan rumus sebagai berikut.

#### a. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel *Word Of Mouth* (WOM) ( $X_1$ ) dan variabel Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya. Berikut adalah rumus koefisien determinasi:

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Kuadrat dari koefisien ganda

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

#### b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh Dari salah satu variabel independent, yaitu *Word Of Mouth (WOM)* (X1) dan Lokasi (X<sub>2</sub>) terhadap variabel dependen yaitu Proses Keputusan Pembelian (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu:

$$\mathbf{Kd = b \times Zero Order \times 100\%}$$

Keterangan:

b = Beta (nilai standar *liezed coefficients*)

*Zero order* = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila:

Kd = 0, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah.

Kd = 1, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, tinggi.

### 3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrument pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pertanyaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel *word of mouth* (WOM), lokasi, dan Proses keputusan pembelian sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel penelitian. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden memilih kolom yang telah tersedia oleh peneliti seperti adanya terdapat pilihan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak

setuju, dan sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti.

### **3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kopi Skuter666 Bandung (survey pada konsumen Kopi skuter6666 Bandung) yang berlokasi di Jl. Bengawan No.65, Kota Bandung. Jawa Barat 40114. Dimulai pada Februari 2022 sampai selesai.