

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian merupakan serangkaian langkah yang diterapkan oleh peneliti untuk mengumpulkan dan mengolah data serta informasi yang relevan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2022:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penggunaan metode penelitian ini bertujuan untuk memberikan panduan kepada peneliti tentang cara penelitian akan dilaksanakan sehingga permasalahan penelitian dapat diselesaikan secara sistematis.

Metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Sugiyono (2022:9) metode survei merupakan metode yang digunakan dalam penelitian sebagai alat untuk mengumpulkan data yang telah terjadi di masa lalu atau sekarang mengenai keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel, dan untuk menguji berbagai hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis berdasarkan sampel yang diambil dari posisi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan

Metode survei digunakan pada penelitian ini karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas, *electronic word of mouth*, *people*, dan proses keputusan pembelian pada pengguna *smartphone* Samsung di Kota Bandung

sebagai data untuk memperoleh informasi. Tujuan survei juga untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang umum.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2022:8) mendefinisikan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data yang diperoleh kemudian diproses lebih lanjut dengan menggunakan teori-teori yang telah dipelajari sebelumnya, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai objek penelitian dan menghasilkan kesimpulan.

Metode deskriptif dan verifikatif memiliki pengertian masing-masing. Menurut Sugiyono (2022:147), metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih, tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan antara variabel tersebut. Metode ini ditujukan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana kualitas produk, bagaimana electronic word of mouth, dan bagaimana people dalam konteks pengguna smartphone Samsung.

Di sisi lain, metode verifikatif menurut Sugiyono (2022:11) adalah metode penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan metode statistik, sehingga dapat diambil hasil pembuktian apakah hipotesis diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini, metode verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan

masalah mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk, *electronic word of mouth*, dan *people* terhadap proses keputusan pembelian smartphone Samsung.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel adalah unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel kualitas produk (X_1), *electronic word of mouth* (X_2), *people* (X_3) dan proses keputusan pembelian (Y). Lalu variabel tersebut masing-masing dibuat operasionalisasi variabelnya. Operasionalisasi variabel merupakan tabel yang berisi tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel yang memuat dimensi, indikator, ukuran dan skala penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga akan diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022:38). Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel kualitas produk (X_1), *electronic word of mouth* (X_2), *people* (X_3) dan proses keputusan pembelian (Y). Berikut penjelasan variabel tersebut.

1. Variabel Bebas (Independen)

Sugiyono (2022:57) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau

variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas atau independen adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Produk

Kotler *et al.* (2022:448) menyatakan bahwa:

“Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy or implied customer needs.”.

b. *Electronic Word of Mouth*

Goyette dan Richard dalam Donni Junni Priansa (2017:119) mendefinisikan bahwa:

“eWOM adalah komunikasi online informal yang bersifat nonkomersial tentang pendapat suatu layanan atau barang, yang terjadi secara langsung melalui telepon, e-mail, atau metode komunikasi lainnya”.

c. *People*

Bilson dalam Damayanti & Nugroho (2022:3) mendefinisikan bahwa:

“Orang adalah semua aktor yang berperan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli”.

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2022:57). Yang menjadi variabel dependen yaitu proses keputusan pembelian (Y). Sedangkan menurut Kotler *et al.* (2022:95) menyatakan bahwa *“Purchasing decisions are individual’s attitudes towards buying or using products, whether goods or*

services, that they believe will satisfy their needs, and that they are willing to take associated risks".

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel penelitian merupakan langkah penting dalam proses penelitian untuk memastikan bahwa setiap variabel yang diteliti dapat diukur secara akurat dan konsisten. Menurut Sugiyono (2022:39), operasionalisasi variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjelaskan bagaimana masing-masing variabel independen, yaitu kualitas produk (X_1), *electronic word of mouth* (X_2), dan *people* (X_3), serta variabel dependen, yaitu proses keputusan pembelian (Y), diukur dan dianalisis. Dengan demikian, operasionalisasi variabel membantu memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data yang relevan serta memastikan validitas dan reliabilitas dari hasil penelitian. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Kualitas (X_1) <i>"Product quality is the characteristics of a product"</i>	1. <i>Performance</i>	a. Kinerja utama produk	Tingkat kinerja fungsi utama smartphone	Ordinal	1
		b. Kemudahan dalam pemakaian	Tingkat kemudahan pelanggan dalam	Ordinal	2

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>or service that bear on its ability to satisfy or implied customer needs”</i> Kotler et al. (2022:448)			menggunakan <i>smartphone</i>		
	2. <i>Features</i>	a. Adanya fungsi tambahan dari fungsi dasar produk	Tingkat fitur tambahan yang memiliki pilihan bagi konsumen	Ordinal	3
		b. Keragaman produk yang disediakan	Tingkat keragaman produk yang menjadi pembeda kualitas dengan merek lainnya	Ordinal	4
	3. <i>Reliability</i>	Keandalan produk yang tinggi	Tingkat ketahanan produk mengalami kerusakan	Ordinal	5
	4. <i>Conformance</i>	a. Kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang ditetapkan	Tingkat kesesuaian produk Samsung terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sesuai keinginan sebelumnya	Ordinal	6
		b. Desain dan sistem operasi memenuhi standar	Tingkat desain dan karakteristik operasi produk Samsung memenuhi standar yang telah ditetapkan	Ordinal	7
		c. Produk sesuai dengan kebutuhan	Tingkat kesesuaian produk Samsung dengan kebutuhan konsumen	Ordinal	8
	5. <i>Durability</i>	a. Ketahanan teknis produk	Tingkat ketahanan produk Samsung sebelum mengalami penurunan kualitas	Ordinal	9
		b. Ketahanan ekonomis produk	Tingkat ketahanan produk Samsung	Ordinal	10

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			sebelum mengalami kerusakan atau diputuskan membeli yang baru		
	6. <i>Esthetic</i>	Keindahan bentuk fisik produk	Tingkat tanggapan konsumen mengenai keindahan bentuk fisik produk Samsung	Ordinal	11
<p>Electronic Word of Mouth (X₂)</p> <p>“eWOM adalah komunikasi online informal yang bersifat nonkomersial tentang pendapat suatu layanan atau barang, yang terjadi secara langsung melalui telepon, e-mail, atau metode komunikasi lainnya”</p> <p>Goyette dan Richard dalam Donni Junni Priansa (2017:119)</p>	1. <i>Intensity</i>	a. Frekuensi mengakses informasi dari situs jejaring sosial	Tingkat intensitas mengakses informasi dari situs jejaring sosial	Ordinal	12
		b. Frekuensi interaksi dengan pengguna situs jejaring sosial	Tingkat intensitas interaksi dengan pengguna situs jejaring sosial	Ordinal	13
		c. Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna situs jejaring sosial	Tingkat banyaknya ulasan mengenai produk yang ditulis oleh pengguna situs jejaring sosial	Ordinal	14
	2. <i>Valence of Opinion</i>	a. Komentar positif dari pengguna situs jejaring sosial	Tingkat banyaknya komentar positif dari pengguna situs jejaring sosial mengenai produk	Ordinal	15
		b. Rekomendasi dari pengguna situs jejaring sosial	Tingkat banyaknya rekomendasi untuk memilih produk dari pengguna situs jejaring sosial	Ordinal	16
	3. <i>Content</i>	a. Informasi variasi produk	Tingkat banyaknya konten mengenai informasi variasi produk	Ordinal	17

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		b. Informasi kualitas produk	Tingkat banyaknya konten informasi mengenai kualitas produk	Ordinal	18
		c. Informasi mengenai harga yang ditawarkan	Tingkat banyaknya konten informasi mengenai harga produk	Ordinal	19
People (X₃) “Orang adalah semua aktor yang berperan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli”. Bilson dalam Damayanti & Nugroho (2022:3)	1. Kompetensi	Kehandalan dan keahlian pekerja Samsung dalam melakukan tugasnya	Tingkat kehandalan dan keahlian pekerja Samsung dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen	Ordinal	20
	2. Kesopanan	Keramahan, kebaikan, dan kesopanan pekerja Samsung	Tingkat keramahan, kebaikan, dan kesopanan pekerja Samsung dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen	Ordinal	21
	3. Selektif	Pekerja Samsung terasa kompeten	Tingkat pekerja Samsung dapat menguasai pekerjaan sesuai bidangnya	Ordinal	22
	4. Komunikatif	Pekerja Samsung dapat memberikan informasi yang dibutuhkan	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi mengenai produk Samsung dari Pekerja Samsung	Ordinal	23
Proses Keputusan Pembelian (Y) “In the evaluation stage, the consumer forms preferences	1. <i>Problem Recognition</i>	a. Kesadaran kebutuhan akan <i>smartphone</i> baru	Tingkat kesadaran kebutuhan terhadap pembelian <i>smartphone</i> baru.	Ordinal	24
		b. Kesadaran masalah yang ada pada <i>smartphone</i> sebelumnya	Tingkat kesadaran terhadap kekurangan atau kerusakan pada	Ordinal	25

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p><i>among the brands in the choice set and may also form an intention to buy the most preferred brand. In executing a purchase intention, the consumer may make as many as five purchase decisions: brand, distribution channel, quantity, timing, and payment method".</i></p> <p>Kotler et al. (2022:95)</p>			<i>smartphone</i> yang lama.		
	2. <i>Information Search</i>	a. Mencari informasi melalui internet mengenai produk <i>smartphone</i> Samsung	Tingkat intensitas pelanggan mencari informasi <i>smartphone</i> Samsung di internet.	Ordinal	26
		b. Mencari referensi dari keluarga, teman, atau rekan mengenai produk <i>smartphone</i> Samsung	Tingkat intensitas pelanggan mencari referensi <i>smartphone</i> Samsung dari orang-orang sekitar.	Ordinal	27
	3. <i>Evaluation of Alternatives</i>	a. Membandingkan fitur dan spesifikasi <i>smartphone</i> Samsung dengan merek lain.	Tingkat pertimbangan terhadap fitur dan spesifikasi <i>smartphone</i> Samsung dibanding merek lain.	Ordinal	28
		b. Membandingkan harga <i>smartphone</i> Samsung dengan merek lain.	Tingkat pertimbangan terhadap harga <i>smartphone</i> Samsung dibanding merek lain.	Ordinal	29
	4. <i>Purchase Decision</i>	a. Keputusan membeli <i>smartphone</i> Samsung setelah mempertimbangkan informasi yang diperoleh.	Tingkat keyakinan pelanggan dalam memutuskan membeli <i>smartphone</i> Samsung setelah mencari informasi.	Ordinal	30
		b. Waktu yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan	Tingkat kesesuaian waktu yang digunakan dalam memutuskan	Ordinal	31

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		pembelian <i>smartphone</i> Samsung.	pembelian <i>smartphone</i> Samsung.		
	5. <i>Post-Purchase Decision</i>	a. Kepuasan pelanggan setelah menggunakan <i>smartphone</i> Samsung.	Tingkat kepuasan setelah pembelian dan penggunaan <i>smartphone</i> Samsung.	Ordinal	32
		b. Keinginan pelanggan untuk merekomendasikan <i>smartphone</i> Samsung kepada orang lain.	Tingkat kesediaan pelanggan merekomendasikan <i>smartphone</i> Samsung kepada orang lain.	Ordinal	33

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian memerlukan fokus pada objek atau subjek tertentu yang akan diselidiki untuk memecahkan masalah yang ada. Populasi merujuk pada semua hal yang menjadi subjek penelitian. Dengan menetapkan populasi, peneliti dapat mengelola data dengan lebih efektif. Setelah populasi ditentukan, peneliti akan memilih bagian dan jumlah karakteristik dari populasi tersebut yang disebut sebagai sampel, untuk mempermudah pengelolaan data. Populasi dan sampel pada penelitian ini didasarkan pada kebutuhan penelitian dengan melibatkan pengguna *smartphone* Samsung.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022:130). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh masyarakat Kota Bandung yaitu sebanyak 2.469.589 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua elemen dalam populasi tersebut, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif atau mewakili (Sugiyono, 2022:81). Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 2.469.589 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratannya sebesar 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar:

$$n = \frac{2.469.589}{1 + 2.469.589(0,10)^2} = 99,99$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 99,99 atau 100 orang. Dengan menggunakan batas kesalahan 10% maka penelitian ini memiliki tingkat akurasi 90%. Maka jumlah tersebut dijadikan ukuran sampel penelitian pada pengguna *smartphone* Samsung.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat berbagai teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian. Sugiyono (2021:128) menjelaskan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2021:131), *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu teknik *non probability sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah *insidental sampling*. Menurut Sugiyono (2021:133), *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Maka pada penelitian ini, yang digunakan

sebagai sampel adalah masyarakat Kota Bandung yang menggunakan *smartphone* Samsung. Selanjutnya, peneliti paparkan karakteristik sampel data responden dari teknik *insidental sampling* yang digunakan.

Tabel 3. 2
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Konsumen	Keterangan
1.	Jenis kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2.	Usia	1. < 18 Tahun 2. 18 – 23 Tahun 3. 24 – 29 Tahun 4. 30 – 35 Tahun 5. > 35 Tahun
3.	Pekerjaan	1. Pelajar 2. Mahasiswa 3. Wirausaha 4. PNS 5. Pegawai Swasta 6. Lainnya
4.	Penghasilan	1. < Rp 1.000.000,- per bulan 2. Rp 1.000.000–Rp 2.500.000 per bulan 3. Rp 2.600.000–Rp 3.500.000 per bulan 4. Rp 3.600.000–Rp 4.500.000 per bulan 5. >Rp 4.500.000,- per bulan
5.	Frekuensi pembelian <i>smartphone</i> Samsung (dalam dua tahun)	1. 1 kali 2. Lebih dari satu kali

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan guna mendukung penyelesaian masalah yang diteliti. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai teknik dan dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis sumber data yang digunakan, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder (Sugiyono, 2022:137). Berikut ini adalah berbagai teknik pengumpulan data yang

digunakan dalam penelitian ini beserta sumber-sumber datanya:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian dilapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Observasi

Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap pelanggan pengguna smartphone Samsung. Menurut Sugiyono (2022), observasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek yang sedang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan melalui tanya jawab dengan pelanggan pengguna smartphone Samsung. Sugiyono (2022) menjelaskan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi fenomena atau permasalahan yang perlu diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat ukur yang dibuat dengan menyusun daftar pertanyaan yang akan dijawab langsung oleh responden. Menurut Sugiyono (2022), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan adalah proses menghimpun informasi dan data sekunder

secara teoritis dari berbagai sumber yang digunakan sebagai pendukung dalam analisis penelitian. Hal ini dilakukan dengan membaca dan mempelajari literatur yang relevan dengan topik penelitian.

a. Studi kepustakaan (*library research*)

Melibatkan pengumpulan data dan informasi melalui membaca dan mempelajari literatur serta sumber-sumber yang berkaitan dengan variabel penelitian.

b. Jurnal

Menyediakan data pendukung yang relevan dengan penelitian, termasuk dalam berbagai bidang ilmu pendidikan, serta penelitian terkait yang dianggap relevan dengan topik yang diteliti, untuk dibandingkan dengan hasil penelitian yang sedang dipelajari.

c. Internet

Digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang sesuai dengan topik penelitian yang sudah tersedia dan dipublikasikan secara online, baik dalam bentuk jurnal, artikel, makalah, atau karya tulis lainnya.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti dalam suatu penelitian dengan tujuan memperoleh data yang mendukung. Jumlah instrumen yang digunakan dalam penelitian tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis pengujian instrumen penelitian, yaitu uji validitas dan reliabilitas. Agar dianggap sebagai alat

ukur yang valid dan reliabel, sebuah instrumen harus melewati proses uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah kuesioner memiliki keabsahan yang memadai, sedangkan uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana kuesioner dapat diandalkan sebagai indikator dari suatu variabel.

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022:125), uji validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Validitas menunjukkan seberapa efektif suatu instrumen dalam mengukur konstruk atau variabel yang dimaksud. Dalam penelitian ini, alat ukur yang digunakan adalah kuesioner.

Untuk mengevaluasi validitas, diperlukan korelasi antara skor dari setiap pertanyaan dengan total skor dari seluruh pertanyaan. Jika koefisien korelasinya melebihi 0,300, maka instrumen dianggap valid; namun, jika koefisien korelasinya di bawah 0,300, maka instrumen dianggap tidak valid. Skor interval dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor interval keseluruhan dari seluruh item. Peneliti menggunakan rumus *Pearson Product Moment* untuk menentukan nilai korelasi, yang dirumuskan 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

r = Koefisien validitas item yang dicari

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total instrumen

$\sum x$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

$\sum xy$ = Jumlah dari hasil pengamatan variabel X dan variabel Y

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2021:176) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*.

Berkenaan dengan hal tersebut peneliti melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan 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

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

Keterangan :

r_{AB} = Koefisien korelasi

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

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

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran 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* sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Nilai reabilitas

r_b = Korelasi *pearson product moment* antar belahan pertama (ganjil) dan

belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (rb hitung), kemudian nilai reliabilitas instrumen (rb hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut.

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan tahapan yang dilakukan setelah data dari semua responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, penyajian data untuk setiap variabel yang diteliti, perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan (Sugiyono, 2022:206).

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, di mana setiap jawaban responden dinilai menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2022:146), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala *Likert*, variabel yang diukur diuraikan menjadi indikator variabel, kemudian dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen, yang bisa berupa pernyataan atau pertanyaan. Setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* memungkinkan responden memberikan respons dengan berbagai tingkat, mulai dari sangat positif hingga sangat negatif, dengan memberikan skor pada setiap jawaban alternatif sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2020:147)

Berdasarkan Tabel 3.3 Alternatif jawaban dan nilai bobot untuk item-item instrumen dalam kuesioner terlihat pada tabel. Pada kuesioner penelitian ini peneliti akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), dan pernyataan negatif dengan jawaban kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat setuju memiliki nilai 1 (satu). Penentuan bobot nilai ini bertujuan untuk mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan yang disajikan dalam

kuesioner. Setelah data terkumpul, dilakukan pengolahan data yang disusun dalam bentuk tabel. Pengisian jawaban kuesioner dilakukan dengan *checlist* (√) setiap kolom kuesioner.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau penjelasan tentang situasi dan kejadian dari suatu variabel yang sedang diteliti. Statistik deskriptif merupakan alat statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan deskripsi atau gambaran tentang data yang telah terkumpul sesuai dengan keadaannya, tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi (Sugiyono, 2022:147).

Variabel penelitian ini adalah kualitas produk, *electronic word of mouth*, *people*, dan proses keputusan pembelian. Selanjutnya, dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh, kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel, dilakukan penyusunan tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: Sangat sesuai, sesuai, kurang sesuai, tidak sesuai, atau sangat tidak sesuai. Untuk skor rata-rata, jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pernyataan dan dikalikan dengan jumlah responden. Berikut rumusnya:

$$\frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut akan didasarkan pada

nilai rata-rata skor yang selanjutnya, akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Nilai Tertinggi : 5
 Nilai Terendah : 1
 Interval : $5 - 1 = 4$
 Rentang Skor : $\frac{5 \times 1}{5} = 0,8$

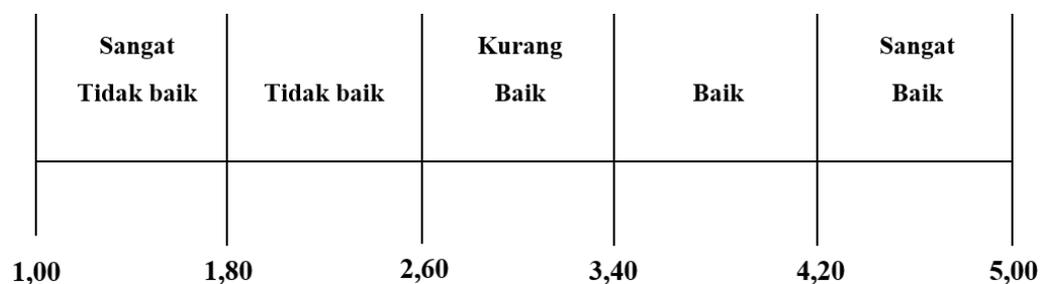
Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui kategori skala tabel dapat ditentukan sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Kategori Skala

Interval	Kriteria
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 - 2,60	Tidak Baik
2,61 - 3,40	Kurang Baik
3,41 - 4,20	Baik
4,21 - 5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2022:134)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 3. 1
Garis Kontinum

Berdasarkan Gambar 3.1 menunjukkan bahwa *range* 1,00 – 1,80 menunjukkan hasil pengukuran yang sangat tidak baik, *range* 1,80 – 2,60 menunjukkan hasil pengukuran tidak baik, *range* 2,60 – 3,40 menunjukkan hasil pengukuran kurang baik, *range* 3,40 – 4,20 menunjukkan hasil pengukuran baik, 4,20 – 5,00 menunjukkan hasil pengukuran yang sangat baik.

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji teori, dan penelitian ini berusaha untuk menghasilkan informasi ilmiah baru dengan mengevaluasi status hipotesis, yaitu apakah hipotesis diterima atau ditolak Sugiyono (2022:54). Analisis verifikatif adalah proses analisis yang bertujuan untuk memverifikasi kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk (X_1), *electronic word of mouth* (X_2) dan *people* (X_3) terhadap proses keputusan pembelian (Y). Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode sebagai berikut.

3.6.2.1 Method of Successive Interval (MSI)

Metode Successive Interval (MSI) adalah proses untuk mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah mengumpulkan data dari kuesioner yang menghasilkan data ordinal, perlu dilakukan transformasi menjadi skala interval. Hal ini diperlukan karena analisis seperti regresi, korelasi *Pearson*, uji t, dan sebagainya membutuhkan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling umum

digunakan adalah MSI (*Metode Successive Interval*). Dalam banyak prosedur statistik, data harus dalam skala interval. Oleh karena itu, jika data awalnya dalam skala ordinal, perlu dilakukan konversi ke skala interval untuk memenuhi persyaratan analisis tersebut. Langkah-langkah dalam mengkonversi skala ordinal menjadi skala interval adalah sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuisioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab *score* 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 kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai *Z*.
6. Menentukan nilai skala (*scala value/SV*) dengan rumus berikut ini:

$$\text{Scale Value (SV)} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Keterangan:

Scala Value : Nilai skala

Density of lower limit : Densitas batas bawah

Density of upper limit : Densitas 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:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 + [SVmin]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program ibm SPSS for windows untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2022:286) analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel *dependent* bila nilai variabel *independent* dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan variabel kualitas produk (X_1), *electronic word of mouth* (X_2), *people* (X_3), dan proses keputusan pembelian (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independent* dan variabel *dependent*. Berikut ini persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan rumus menurut Sugiyono (2022:286):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (kepuasan pelanggan)

α = Bilangan konstanta atau nilai tetap

β_1 = Koefisien regresi (kualitas)

β_2 = Koefisien regresi (*electronic word of mouth*)

β_3 = Koefisien regresi (*people*)

X_1 = Variabel bebas (kualitas)

X_2 = Variabel bebas (*electronic word of mouth*)

X_3 = Variabel bebas (*people*)

e = Tingkat kesalahan (*standard error*)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel kualitas produk, *electronic word of mouth*, *people*, dan proses keputusan pembelian. Nilai korelasi berkisar dalam rentang 0 sampai 1 atau 0 sampai -1. Tanda positif dan negatif menunjukkan arah hubungan. Tanda positif menunjukkan arah perubahan yang sama. Jika satu variabel naik, variabel lainnya akan naik demikian pula sebaliknya. Tanda negatif menunjukkan arah perubahan yang berlawanan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara bersamaan. Berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$R = \frac{JK \text{ regresi}}{\sum Y^2}$$

Dimana :

R = Koefisien Korelasi Berganda

JK = Jumlah Kuadrat

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat Total Korelasi.

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$, yaitu:

- a. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X dan Y.
- b. Apabila $R = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X dan Y negatif.
- c. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Hasil perhitungan korelasi dapat bernilai positif atau negatif. Apabila nilai koefisien positif, hal tersebut menunjukkan kedua variabel tersebut saling berhubungan. Sedangkan apabila koefisien korelasi negatif, menunjukkan kedua variabel tersebut saling berhubungan terbalik. Berikut ini adalah tabel taksiran besarnya koefisien korelasi:

Tabel 3. 5
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	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 (2022:288)

3.6.2.4 Analisis Korelasi Determinasi

Koefisien determinasi adalah analisis yang digunakan oleh peneliti untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X_1), *electronic word of mouth* (X_2), *people* (X_3), dan terhadap proses keputusan pembelian (Y). 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 Simultan

Koefisien determinasi simultan cara mengukur besarnya kontribusi dari variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara simultan (bersama). Besarnya presentase variabel mampu dijelaskan oleh variabel bebas dapat ditunjukkan dengan nilai R^2 . Jika nilai R^2 hitung makin besar (mendekati satu) maka kontribusi dari variabel independent terhadap variabel dependen semakin besar. Rumus koefisien determinasi simultan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b. Jika Kd mendekati angka satu (1), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besaran pengaruh salah satu variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien parsial sebagai berikut:

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

Keterangan:

β = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero Order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika K_d mendekati nol (0), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b. Jika K_d mendekati angka satu (1), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hal tersebut dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, Sugiyono (2022:63). Menyebutkan bahwa hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. Untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel-variabel penelitian yang diteliti, maka digunakan uji hipotesis. Pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *software* SPSS agar pengukuran data yang dihasilkan lebih akurat. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis *alternative* (H_1), berikut rumusan hipotesisnya.

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

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

variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu kualitas produk, *electronic word of mouth*, dan *people*, sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah proses keputusan pembelian. Hipotesis yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Membuat Formulasi Uji Hipotesis
 - a. $H_0 : b_1 ; b_2 ; b_3 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas, *electronic word of mouth*, dan *people* terhadap proses keputusan pembelian *smartphone* Samsung.
 - b. $H_0 : b_1 ; b_2 ; b_3 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas, *electronic word of mouth*, dan *people* terhadap proses keputusan pembelian *smartphone* Samsung.
2. Menentukan Tingkat Signifikansi Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.
3. Menghitung regresi secara simultan dimaksudkan apakah variabel bebas secara menyeluruh memberikan nyata terhadap variabel terikat. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji f hitung yang memiliki rumus seperti di di bawah ini:

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

Dimana:

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

k = Banyaknya variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

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

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

Berdasarkan perhitungan terakhir maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima (signifikan).
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak (tidak signifikan).

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian
 - a. $H_0: b_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian
 - b. $H_1: b_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian
2. Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap proses keputusan pembelian
 - a. $H_0: b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh *electronic word of mouth* terhadap proses keputusan pembelian
 - b. $H_1: b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh *electronic word of mouth* terhadap proses keputusan pembelian

3. Pengaruh *people* terhadap proses keputusan pembelian
 - a. H0: $b_3 = 0$, Tidak terdapat pengaruh *people* terhadap proses keputusan pembelian
 - b. H1: $b_3 \neq 0$, Terdapat pengaruh *people* terhadap proses keputusan pembelian
4. Menentukan tingkat signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.

5. Menghitung uji *t-test* pengujian regresi secara parsial dimaksud apakah variabel bebas berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel terikat

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

Keterangan:

t_{hitung} = Statistik uji korelasi

n = Jumlah Sampel

rp = Nilai korelasi parsial

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

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan:
 - a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima, Ha ditolak.
 - b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak, sebaliknya Ha diterima.

2. Dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} :
 - a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima
 - b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.7 Rancangan Kuesioner

Sugiyono (2022:199) mendefinisikan bahwa kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Rancangan kuesioner merupakan alat untuk mengumpulkan data atau informasi yang terdiri dari item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang dianggap penting menurut pendapat responden. Kuesioner ini berisi pertanyaan tentang variabel kualitas produk, *electronic word of mouth*, *people*, dan proses keputusan pembelian. Responden hanya perlu memilih kolom jawaban yang sesuai dan tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti, menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *Likert*.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam penelitian ini adalah Kota Bandung yang berada di Provinsi Jawa Barat. Waktu pelaksanaannya terhitung sejak bulan Juni 2024.