

## BAB 3

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini adalah persepsi konsumen terhadap WOM dan keputusan pembelian konsumen *Virgin Cake & Bakery* Tlogosari Semarang.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Toko *Virgin Cake & Bakery* cabang Tlogosari Jl. Parang Kusumo Raya No.16-18, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang.

#### 3.2 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang sudah pernah membeli dan mengonsumsi produk dari *Virgin Cake & Bakery* Tlogosari, Semarang.

Sampel digunakan dalam penelitian ini menggunakan 100 orang responden dengan kriteria khusus yaitu konsumen yang membeli dan mengonsumsi produk dan mendapatkan informasi dari teman, keluarga dan kerabat.

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan formula Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui (Snedecor dan Chocran, 2015:75).

$$E = 1,96 \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

Keterangan:

E = error (tingkat kesalahan)

P = proporsi sampel

n = jumlah sampel

Pada penelitian ini peneliti menggunakan 97 responden lalu dibulatkan menjadi 100 orang responden sebagai sampel untuk mengetahui sejauh mana WOM (*Word of Mouth*) mempengaruhi keputusan pembelian pada Toko *Virgin Cake & Bakery*.

Teknik Pengambilan Sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling*. *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang anggota populasinya tidak mempunyai peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel (Asnawi, 2011:122). Dalam teknik pengambilan sampel *Non-Probability Sampling*, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang mana sumber data dengan kriteria pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013:85). Dalam hal ini adalah orang yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk *Virgin Cake & Bakery* dan mendapat informasi dari teman, keluarga dan kerabat.

### 3.3 Metode pengumpulan data

#### 3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber aslinya, yang dalam penelitian ini adalah responden yang mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh melalui responden, dimana responden akan memberikan respon secara tertulis sebagai tanggapan atas pertanyaan atau pernyataan yang diberikan peneliti. Data yang digunakan

merupakan data primer yang diperoleh dari para responden Toko *Virgin Cake & Bakery*.

### 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penyebaran kuesioner atau angket dan dilakukan penyebarannya setiap hari kerja dan *weekend* sampai jumlah responden sesuai dengan yang diinginkan oleh peneliti dimulai pada tanggal 21 Agustus sampai dengan tanggal 10 September 2021. Kuesioner pada penelitian ini berupa pernyataan-pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab, penyebaran kuesioner atau angket penyebarannya setiap hari kerja dan *weekend*. Ada 24 pernyataan-pernyataan berupa pernyataan tertutup dengan menggunakan skala Likert dengan 5 (lima) poin skala. Pemberian skor dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Jawaban Sangat Setuju diberi skor 5
- 2) Jawaban Setuju diberi skor 4
- 3) Jawaban Netral diberi skor 3
- 4) Jawaban Tidak Setuju diberi skor 2
- 5) Jawaban Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

### 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Menurut Priyatno (2014), Uji Validitas item merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika ada korelasi yang signifikan dengan skor totalnya. Uji validitas sebagai alat ukur dalam penelitian ini, yaitu menggunakan *Korelasi Product Moment*, yaitu dengan cara mengkorelasikan tiap pertanyaan dengan skor total, kemudian hasil korelasi tersebut dibandingkan dengan angka kritis taraf signifikan 5%. Uji ini diolah dengan bantuan program IBM SPSS versi 25. Menurut Priyatno (2014) dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas *Product Momen Pearson Correlation* adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $r$  hitung  $\geq$  nilai  $r$  tabel, maka item-item angket tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika nilai  $r$  hitung  $<$  nilai  $r$  tabel, maka item-item angket tersebut dinyatakan tidak valid.

Instrumen penelitian harus diuji validitasnya untuk mengetahui apakah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang harusnya diukur. Atau dengan kata lain uji validitas ditujukan untuk mengetahui apakah *item-item* angket yang peneliti gunakan untuk memperoleh data dari para responden sesuai atau tidak. Dalam penelitian ini pengukuran validitas instrumen menggunakan rumus *Product Momen Pearson Correlation* yang menghubungkan antara masing-

masing skor item dengan skor total yang diperoleh dalam penelitian. Adapun hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Hasil Uji Validitas

Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Nilai Sig.	Keterangan
Sering mendengar dalam percakapan sehari-hari.	0,582	0.361	0,000	Valid
Sering mendapat rekomendasi dari orang lain yang Pernah mengkonsumsi	0,662	0.361	0,000	Valid
Sering melakukan diskusi dengan orang lain	0.655	0.361	0,000	Valid
Sering dipengaruhi teman	0.689	0.361	0,000	Valid
Sering mendengar apa yang dibicarakan oleh keluarga	0.659	0.361	0,000	Valid
Sering mendengar apa yang dibicarakan oleh tetangga.	0.647	0.361	0,000	Valid
Sering mendengar apa yang dibicarakan oleh orang kampus/kantor.	0.604	0.361	0,000	Valid
Sering mendengar apa yang dibicarakan oleh konsumen yang profesinya berbeda	0.630	0.361	0,000	Valid
mendengar apa yang dibicarakan oleh konsumen yang pernah mengkonsumsi	0.638	0.361	0,000	Valid
Membeli karena sesuai dengan kebutuhan	0.460	0.361	0,000	Valid
Merek "Virgin" tersebut lebih familiar	0.778	0.361	0,000	Valid

Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Nilai Sig.	Keterangan
Membeli produk Virgin setelah membandingkan dengan produk lain	0.828	0.361	0,000	Valid
Membeli produk karena harganya terjangkau dibandingkan dengan produk lain.	0.604	0.361	0,000	Valid
Membeli karena memiliki kualitas yang baik dibandingkan dengan yang lainnya	0.829	0.361	0,000	Valid
Membeli karena Virgin selalu menawarkan produk-produk terbaru	0.772	0.361	0,000	Valid
Melakukan pembelian ulang setelah puas dengan konsumsi awal	0.621	0.361	0,000	Valid
selalu ingin membeli secara terus menerus setelah melakukan beberapa kali pembelian.	0.721	0.361	0,000	Valid
membeli produk Virgin karena selalu menawarkan produk terupdate	0.711	0.361	0,000	Valid

Sumber: Data primer penelitian diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa semua elemen memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel yang berarti semua indikator Word of Mouth dan Keputusan Pembelian valid. Jadi dapat dikatakan bahwa *item-item* kuesioner dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

#### b. Reliabilitas

Menurut Priyatno (2014), uji reliabilitas digunakan untuk menguji keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukurannya diulang kembali. kemampuan suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukurannya diulangi dua kali atau lebih. Suatu instrumen dapat dikatakan *reliabel* (dipercaya) jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan seberapa besar pengukuran kendali terhadap subjek yang sama.

Pada penelitian ini pengukuran reliabilitas kuesioner melalui uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) dengan bantuan program IBM SPSS versi 25. Uji reliabilitas dalam hal ini mengacu pada nilai  $\alpha$  yang dihasilkan dalam output SPSS. Hasil Uji Reliabilitas *Cronbach Alpha* juga berpedoman pada dasar pengambilan keputusan yang telah ditentukan. Berikut dasar pengambilan keputusan menurut Priyatno (2014):

- a. Jika nilai  $\alpha \geq 0,60$  maka angket yang digunakan dinyatakan reliabel atau konsisten.
- b. Jika nilai  $\alpha < 0,60$  maka angket yang digunakan dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Suatu angket dapat dikatakan reliabel (dipercaya) jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada



penelitian ini pengukuran reliabilitas kuesioner melalui uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Uji reliabilitas dalam hal ini mengacu pada nilai  $\alpha$  yang dihasilkan dalam *output* SPSS. Adapun hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2

Uji Reliabilitas

Variable	Hasil <i>Cronbach Alpha</i> ( $\alpha$ )	Keterangan
Word of Mouth	0.813	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.873	Reliabel

Sumber: Data primer penelitian diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas nilai,  $\alpha > 0,60$  maka hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen reliabel atau konsisten sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

### 3.5 Analisis Data

#### 3.5.1 Alat Analisis Data

##### 1. Rentang Skala

Dalam penelitian ini alat analisis data untuk menjawab rumusan masalah yang pertama, yaitu mengenai tanggapan/persepsi konsumen terhadap *Word of Mouth* dan keputusan pembelian pada Toko *Virgin Cake & Bakery* cabang Tlogosari menggunakan rentang skala. Perhitungan indeks jawaban responden dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{(F1x1) + (F2x2) + (F3x3) + (F4x4) + (F5x5)}{\Sigma F}$$

Dimana:



F1 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju (skor 1)

F2 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab Tidak Setuju (skor 2)

F3 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab Netral (skor 3)

F4 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab Setuju (skor 4)

F5 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab Sangat Setuju (skor 5)

Pada kuesioner penelitian ini, angka jawaban responden tidak dimulai dari angka 0, melainkan 1 hingga 5. Angka indeks yang dihasilkan akan dimulai dari angka 1 sampai 5 dengan rentang 1,33 dengan perhitungan sebagai berikut

## 2. Three Box Method

Kriteria 3 (tiga) kotak (*three box method*)

Nilai 1,00 – 2,33      dirancang untuk kriteria      “Tidak Setuju”

Nilai 2,34 – 3,66      dirancang untuk kriteria      “Netral”

Nilai 3,67 – 5,00      dirancang untuk kriteria      “Setuju”

Nilai terendah didapat jika semua responden menjawab Sangat Tidak Setuju dengan skor 1 maka,

$$\text{Nilai Indeks terendah} = \frac{(100 \times 1) + (0 \times 2) + (0 \times 3) + (0 \times 4) + (0 \times 5)}{100} = \frac{100}{100} = 1$$

Nilai tertinggi didapat jika semua responden menjawab Sangat Setuju dengan skor 5 maka,

$$\text{Nilai Indeks Tertinggi} = \frac{(0 \times 1) + (0 \times 2) + (0 \times 3) + (0 \times 4) + (100 \times 5)}{100} = \frac{500}{100} = 5$$

Untuk menentukan rentang skala dengan rumus

$$\text{Rentang} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{3} = \frac{5 - 1}{3} = \frac{4}{3} = 1,33$$

Sikap dan persepsi responden dinyatakan dalam bentuk tinjauan kontinum sehingga dapat diketahui seberapa besar persepsi dan sikap-sikap responden terhadap *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian, apakah terletak pada kategori Tidak Setuju, Netral, dan Setuju.

### 3.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut (Priyatno,2014), Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan secara linier antara variabel dependen dengan variabel independen. Peneliti menggunakan regresi linier sederhana pada penelitian ini karena peneliti hanya menggunakan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta yaitu harga y, bila x = 0

b = Angka arah/koefisien regresi yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel dependen.

X = *Word of Mouth*

### 3.5.3 Uji signifikan parsial p (Uji p)

Berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS

- a. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b. Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Keterangan:

0,05 adalah signifikansi atau peluang maksimal kesalahan dalam penelitian dengan asumsi 95% keputusan benar.

#### 3.5.4 Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $r^2$ ) pada intinya untuk mengukur besarnya porsi atau sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara keseluruhan. Adjusted  $r^2$  menunjukkan sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, tetapi biasanya digunakan untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel bebas. Untuk itu, nilai koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan  $r^2$  karena variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini hanya satu variabel (Priyatno, 2014). Uji koefisien determinasi pada penelitian ini diolah dengan bantuan SBM SPSS versi 25