

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, memerlukan data yang lengkap dan tepat. Agar data-data dan informasi yang diperoleh sesuai dengan permasalahan yang ada, desain penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Rancangan Penelitian Sesuai Tujuan

Berdasarkan tujuannya penelitian ini merupakan penelitian terapan. Penelitian terapan dilakukan dengan tujuan menerapkan, menguji dan mengevaluasi kemampuan suatu teori yang diterapkan dalam memecahkan masalah praktis. Desain penelitian ini ditunjukan untuk melakukan kegiatan akademik yang terstruktur dan informatif sehingga dapat memudahkan kegiatan penelitian daam penambahan data dan dengan sumber yang ada dilapangan.

2. Rancangan Penelitian Berdasarkan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Creswell (2010) dalam pendekatan kuantitatif adalah “pengukuran data bersifat pre-determined, analisis data statistik serta interpretasi data statistik. Peneliti yang menggunakan pendekatan kuantitatif akan menguji suatu teori dengan cara merinci suatu hipotesis-hipotesis tersebut”. Pendekatan yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan analisis kuantitatif berdasarkan informasi statistik. Pendekatan penelitian yang dalam menjawab permasalahan penelitian memerlukan pengukuran yang cermat terhadap variabel variabel dari objek yang diteliti untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terlepas dari konteks waktu, tempat dan situasi. Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan didalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistik yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini

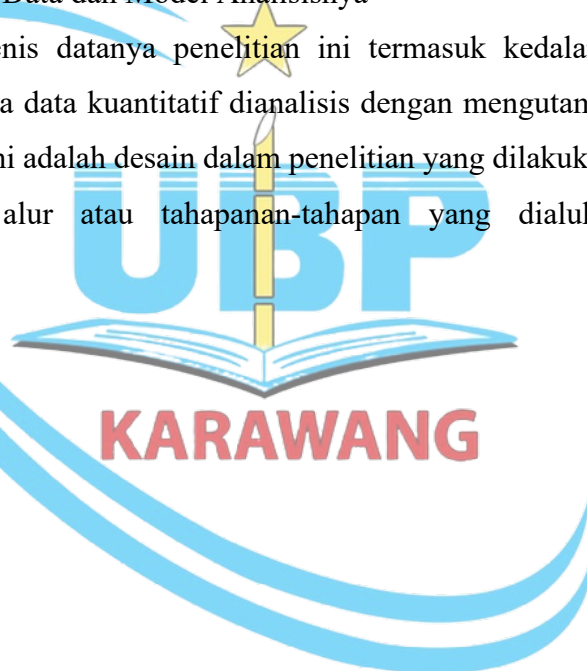
menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh ewom dan citra merek terhadap keputusan pembelian lipstick Emina.

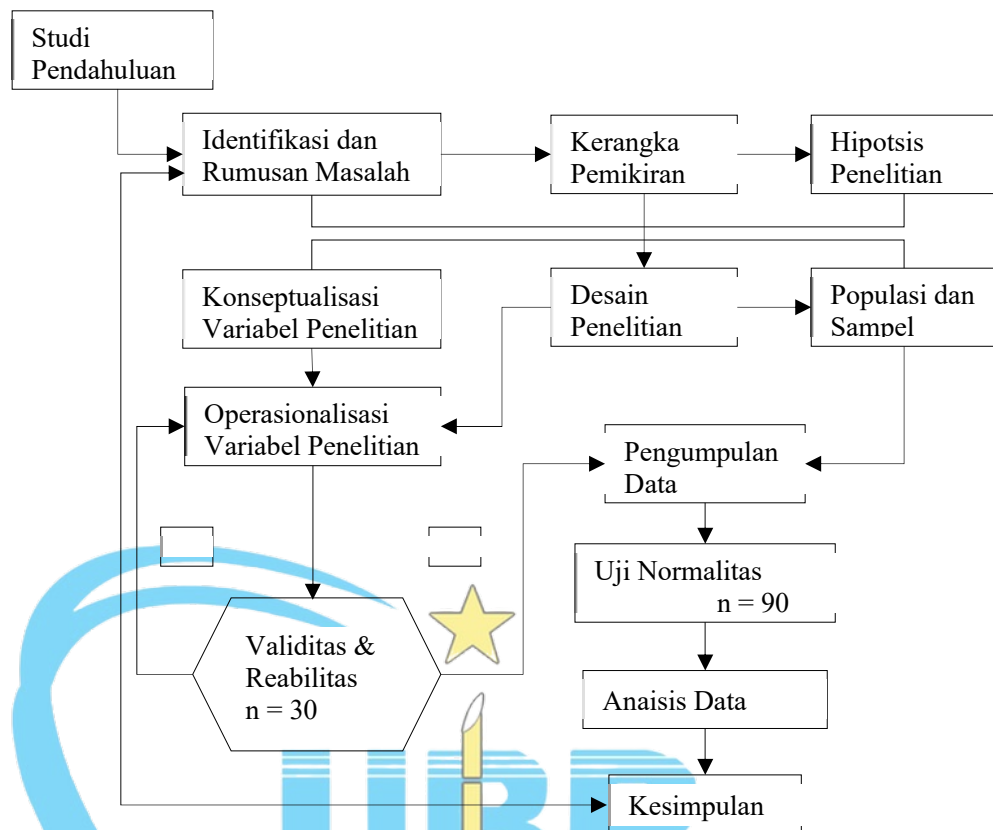
3. Rancangan Penelitian berdasarkan Tingkat Eksplamasinya

Berdasarkan tingkat eksplamasinya penelitian ini termasuk penelitian Asosiatif. Menurut Sugiyono (2018:92), penelitian Asosiatif merupakan “penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”. Penelitian asosatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel (atau lebih) tersebut. Dimana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis.

4. Berdasarkan Jenis Data dan Model Analisisnya

Berdasarkan jenis datanya penelitian ini termasuk kedalam pemelitian kuantitatif. Dimana data kuantitatif dianalisis dengan mengutamakan analisis statistik. Berikut ini adalah desain dalam penelitian yang dilakukan, yang akan menggambarkan alur atau tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian





Gambar 3.1 Desain Penelitian

Sumber : (Modifikasi Uus MD Fadli, 2021)

Gambar tersebut menjelaskan tahapan-tahapan dalam desain penelitian. Tahapan pertama yang dilakukan adalah studi pendahuluan pada objek penelitian, yaitu di Kampus Universitas Buana Perjuangan Karawang mengenai Keputusan Pembelian Lipstik Emina. Untuk meminta data dan melakukan observasi awal tentang kondisi para responden yang kemudian dapat dijadikan latar belakang penelitian. Setelah itu dilakukan identifikasi masalah, dimana identifikasi masalah tersebut sebagai dasar dalam membuat suatu kerangka pemikiran penelitian yang selanjutnya menentukan hipotesis penelitian

Setelah tahapan tadi selesai dikerjakan, dibuatlah suatu desain penelitian sebagai kerangka untuk melakukan penelitian. Kemudian, penulis perlu melakukan konseptualisasi atas variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan beberapa literatur dan studi pustaka yang sesuai, untuk kemudian variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan secara operasional.

Selanjutnya setelah desain penelitian dibuat, perlu ditentukan populasi dan kemudian menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini. Dari jumlah sampel yang telah diketahui dapat diperoleh data-data dari para responden untuk kemudian dikumpulkan dan dianalisis melalui Analisis Jalur atau Path Analysis. Namun, sebelum dilakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul dari para responden dilakukan uji validitas terlebih dahulu, bila valid maka data tersebut dapat dianalisis, sedangkan jika tidak valid bisa dipertimbangkan apakah akan tetap diikutkan dalam analisis atau kembali merujuk pada definisi variabel penelitian secara operasional.

Tahapan terakhir, setelah dilakukan analisis data maka penulis dapat menarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut dan menginterpretasikannya.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kampus Universitas Buana Perjuangan Karawang yang berlokasi di Jl. Ronggo Waluyo Dusun.Sirabaya, Desa.Puseurjaya, Kecamatan. Telukjambe Timur. Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama bulan Maret 2021 sampai dengan Agustus 2021 dengan jadwal kegiatan sebagai berikut:

Tabel 3.1

Tabel kegiatan

No	Kegiatan	Waktu
1	Pra survei dan Perizinan	April 2021 s/d Juni 2021
2	Penulisan Proposal	Mei 2021 s/d Juli 2021
3	Perbaikan Proposal	Juli 2021 s/d Agustus 2021
4	Seminar Proposal	Oktober 2021
5	Pengumpulan data dan observasi	November 2021
6	Analisis data	November 2021
7	Penulisan skripsi	November 2021
8	Perbaikan Skripsi	Desember 2021
9	Sidang Skripsi	Februari 2022

Sumber : Kajian, 2022

3.3 Definisi dan Operasional Variabel

3.3.1 Definisi Variabel

Variabel pada dasarnya adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2018:96). Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel, terdiri dari dua variabel independen (X1 dan X2) dan satu variabel dependen (Y). Dalam hal ini variabel X1 adalah E-Wom dan variabel X2 adalah Citra Merek merupakan variabel yang mempengaruhi Variabel Y atau Keputusan Pembelian.

3.3.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen Sugiyono, (2018), Sedangkan menurut Widodo (2015) variabel independen merupakan variabel penyebab terjadinya variabel dependen. Pada penelitian ini variabel independennya adalah E-Wom dan Citra Merek.

1. E-Wom (X1)

E-Wom adalah pernyataan positif atau negatif yang dilakukan oleh konsumen potensial, aktual, maupun mantan konsumen tentang produk atau perusahaan melalui internet. Jaringan social. menjadi kekuatan penting dalam pemasaran bisnis-ke-konsumen maupun pemasaran bisnis-ke-bisnis. Aspek kunci jaringan sosial adalah berita dari mulut ke mulut (*word of mouth*) serta jumlah dan sifat percakapan dan komunikasi antara berbagai pihak. Terjadinya E-Wom tidak lepas dari pengalaman konsumen atas produk atau jasa yang dikonsumsi. Jika konsumen memperoleh kepuasan dari pengalaman konsumsinya, maka konsumen secara sukarela akan membuat pernyataan (*review*) mengenai sebuah produk atau jasa tersebut. Informasi atau pesan yang terkandung dalam eWom dapat menjadi referensi bagi konsumen dalam mengevaluasi sebuah produk atau merek.

Melalui pesan eWom inilah konsumen mendapatkan informasi mengenai suatu kualitas suatu produk atau jasa. Selain itu, pesan yang terkandung dalam eWOM secara efektif dapat mengurangi resiko dan ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika membeli sebuah produk atau jasa. Sehingga pesan eWom dapat mempengaruhi minat beli konsumen sebelum keputusan pembelian dibuat.

2. Citra Merek (X2)

Definisi citra merek menurut Sangadji dan Sopiah (2013:327) yaitu “Citra merek (brand image) dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek, sama halnya ketika kita berpikir mengenai orang lain”. Menurut Kotler dan Keller (2016) citra merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari hal – hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang dan jasa pesaing. Menurut Kenneth dan Donald (2018) citra merek mencerminkan perasaan yang dimiliki konsumen dan bisnis tentang keseluruhan organisasi serta produk atau lini produk individu. Menurut Schiffman dan Wisenblit (2015) citra merek adalah suatu gambaran yang berbeda yang dimiliki merek dalam benak konsumen.

3.3.3 Variabel Dependen (Variabel Terkait/Tergantung)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel independen Sugiyono (2018). Sedangkan menurut Widodo (2015) variabel dependen merupakan variabel yang memberikan respon atau reaksi apabila dihubungkan dengan variabel independen. Pada penelitian ini, variabel dependennya adalah keputusan pembelian.

1. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut (P. and G. A. Kotler, 2016, p. 177) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Kotler dan Keller (2016) keputusan pembelian merupakan tahapan evaluasi pelanggan membentuk preferensi di antara merek – merek serta pilihan dan juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Menurut Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tentang keputusan pembeli tentang merek mana yang akan dibeli

3.3.4 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel

variabel	Dimensi	Indikator	skala	No Item
Ewom (X ₁)	Intensity(inten sitas)	• Frekuensi mengakses informasi dari media social • Frekuensi interaksi dengan pengguna media social • Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna media sosial	Ordinal	1-5

	Content	• Informasi pilihan produk • Informasi kualitas produk • Informasi mengenai harga yang ditawarkan • Informasi mengenai keamanan transaksi dan situs jejaring internet yang disediakan	Ordinal	6-10
	Valence of opinion	• Komentar positive dari pengguna media social • Rekomendasi dari pengguna social media	Ordianl	11-15
Citra Merek (X ₂)	Kekuatan	• Packaging • Harga produk • Dikenal oleh berbaai kalangan	Ordinal	1-5
	keunikan	Merek yang mudah di ingat dan mempunyai ciri khas	Ordinal	6-10
	Kesukaan	• Ketertarikan berbelanja produk tersebut • Kualitas produk	Ordinal	11-15
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan produk	1.Kemantapan produk 2.Keyakinan membeli produk	Ordinal	1-5
	pilihan penyalur	kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan produk.	Ordinal	6-10
	Metode Pembayaran	Pembayaran menggunakan e-money.	Ordinal	11
	Waktu pembelian	Di waktu yang tepat	Ordinal	12-13
	Jumlah pembelian	Membeli jumlah produk sesuai kategori yang ditetapkan	Ordinal	14-15

Sumber: Dikaji dari berbagai sumber, 2022.

3.4 Pengumpulan Data Penelitian

3.4.1 Sumber Data Penelitian

3.4.1.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri

oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Menurut Sugiyono (2018:225) Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.

3.4.1.2 Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Menurut Sugiyono (2018:225) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer. Selain data primer, sumber data yang dipakai peneliti adalah sumber data sekunder, data sekunder didapat melalui berbagai sumber yaitu literatur artikel, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

3.4.2.1 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan metode memberi beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab Sugiyono, (2018). Pada penelitian ini, kuesioner disebarkan secara online melalui Google Form yang dikirimkan kepada responden. Sugiyono (2018:223) Pengumpulan data berdasarkan tekniknya yaitu:

1. Metode Kuesioner

Metode Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Bagian dari kuesioner yaitu:

Bagian I : Mengenai data responden yaitu nama, dan usia

Bagian II : Mengenai daftar pertanyaan yang akan di isi oleh responden.

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik, oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dapat dijadikan tolak ukur menyusun item-item instrumen, dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata. Sugiyono (2018:168).

3.4.2.2 Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan cara mencari informasi dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian ini. Sumber informasi dapat diperoleh dari jurnal, buku, artikel, dan berbagai referensi lainnya.

3.5 Teknik Penentuan Data

3.5.1 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.5.1.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:148) mendefinisikan bahwa Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Tujuan dari populasi adalah memudahkan dalam menentukan besarnya sampel yang dapat diambil dan membatasi pemberlakuan daerah generalisasi sampel (Hardani et al., 2020).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah 117 Mahasiswi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang yang pernah membeli Lipstik Emina pada Marketplace Shopee

3.5.1.2 Sampel Penelitian

Sampel menurut (Sugiyono, 2018) adalah bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel penelitian yang dibutuhkan, peneliti mengambil sampel kepada mahasiswi Universitas Buana Perjuangan Karawang Program Studi Manajemen tahun 2017, yang pernah membeli Lipstik Emina pada Marketplace Shope. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin, karena dalam penelitian ini penarikan sampel jumlahnya harus representative agar hasil yang didapat dalam penelitian ini dapat digeneralisasikan dan dapat diperhitungkan. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

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

keterangan :

n : ukuran sampel/jumlah responden

N : ukuran populasi

e : presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih, penulis menggunakan tingkatan kesalahan sebesar 5%, karena dalam setiap penelitian tidak mungkin hasilnya akan sempurna 100%. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 117 Mahasiswi Manajemen 2017 yang pernah membeli lipstik Emina, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{117}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{1+117(0.05)^2}{1+117(0.0025)}$$

$$n = \frac{117}{1+0,03}$$

$$n = \frac{117}{1,3} = 90$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 90 responden dari seluruh total mahasiswi manajemen 2017 yang pernah membeli lipstick Emina secara online pada marketplace Shopee, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

3.5.1.3 Teknik Sampling

Pada penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel, penulis menggunakan Teknik Two Stage Cluster Sampling yang merupakan “Teknik Probability Sampling yang menggunakan 2 teknik yang pertama Teknik Cluster Random Sampling dan yang kedua Teknik Cluster Simple Random Sampling. Pengambilan sampel dengan cara (Cluster Random Sampling) adalah melakukan randomisasi terhadap kelompok, bukan terhadap subjek secara individual Azwar (2010:87). Kemudian menurut (Sugiyono, 2012:94) Cluster Simple Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.”

Penulis menggunakan teknik ini disebabkan oleh populasi Mahasiswi Manajemen 2017 yang terdiri dari 10 kelas di Universitas Buana Perjuangan Karawang Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif. Adapun kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sampel adalah Mahasiswi Manajemen 2017
- b. Sampel adalah orang yang pernah membeli Lipstik Emina secara online pada Marketplace Shopee
- c. Sampel adalah perempuan yang berumur 21-27

Dari ke 10 kelas terdapat 117 populasi Mahasiswi Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang yang pernah membeli Lipstik Emina secara online pada Marketplace Shopee.

Tabel 3.3
Jumlah Sampel Mahasiswi Manajemen 2017
Yang Pernah Membeli Lipstik Emina

No	Kelas	Jumlah
1	MN17AB	12
2	MN17 C	12
3	MN17 D	21
4	MN17 E	13
5	MN17 F	3
6	MN17 G	5
7	MN17 HL	9
8	MN17 I	7
9	MN17 J	3
10	MN17 K	5
Total		90

Sumber: Dikaji, 2022

Kemudian berdasarkan Cluster Sampling terhadap 10 kelas, maka diperoleh jumlah sebanyak 90 Mahasiswi Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang yang pernah membeli lipstick Emina pada Marketplace Shopee

3.6 Instrumen Penelitian

Pada kuesioner digunakan skala Likert yang diberi pilihan jawaban sebagai berikut :

- Sangat rendah (SR)
- Rendah (R)
- Cukup Tinggi (CT)
- Tinggi (T)
- Sangat tinggi (ST)

Dalam hal ini responden dapat memilih jawaban sesuai dengan kondisi objektif menurut persepsinya.

Nilai persepsi responden ini diukur dengan memberikan nilai jawaban terhadap lima alternatif jawaban yang bergerak dari poin 5, 4, 3, 2 dan 1. Butir pertanyaan pada angket adalah butir pertanyaan positif (*favourable*). Nilai untuk butir positif adalah :

- 5 untuk jawaban sangat tinggi
- 4 untuk jawaban tinggi
- 3 untuk jawaban cukup tinggi
- 2 untuk jawaban rendah
- 1 untuk jawaban sangat rendah

Tabel 3.4

Skala Pengukuran

Kategori Variabel			Bobot Skor
E-WOM	Citra Merek	Keputusan Pembelian	
Sangat Rendah	Sangat Rendah	Sangat Rendah	1
Rendah	Rendah	Rendah	2
Cukup Tinggi	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi	3
Tinggi	Tinggi	Tinggi	4
Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	5

Sumber: Dikaji, 2022

3.6.1 Tranformasi data

Menurut (Ghozali 2018:34) transformasi data merupakan data yang tidak berdistribusi secara baik atau tidak normal dan dapat di transformasi agar data tersebut menjadi normal. Untuk menormalkan sebuah data harus mengetahui grafik histogram dalam data tersebut, dari data yang ada ada apakah termasuk moderate positive skewnes, substansial positive skewnes, severe positive skewnes dengan bentuk L, dan lain-lain. Dengan mengetahui bentuk dari grafik histogram, maka dapat menentukan bentuk transformasinya.

3.7 Pengujian Keabsahan Data

3.7.1 Uji Instrumen

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana tingkat ketepatan penggunaan alat ukur tersebut terhadap gejala yang ingin diukur. Menurut (Arikunto, 2010) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen dikatakan valid jika mempunyai validitas yang tinggi. Suatu instrument dikatakan kurang valid jika memiliki validitas rendah. Sebuah instrument valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dimana r hitung dapat ditentukan dengan rumus:

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

Dimana :

n = Banyaknya sampel

x = Skor kuesioner atau item

y = Skor total atau total variable

r = Nilai validitas atau koefisien korelasi

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan valid

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan, keajegan dan ketepatan suatu alat ukur atau uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran

relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban kebutuhan aktualisasi diri konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hal ini berarti bahwa suatu alat ukur memiliki reliabilitas sempurna apabila hasil pengukuran diujikan berkali – kali terhadap subyek yang sama selalu menunjukkan hasil atau skor yang sama. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut mempunyai kendala dalam pengukuran rumus yang digunakan adalah rumus *koefisien alpha*.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\sum \delta_t^2} \right]$$

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \delta_b^2$ = jumlah varian butir

$\sum \delta_t^2$ = Varian total

Setelah dilakukan perhitungan maka suatu instrumen dapat dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6. Apabila Alpha lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas data yaitu Analisis grafik, deteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Atau dapat juga melihat *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis

diagonalnya. Atau dapat dikatakan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau titik tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8 Rancangan Analisis

3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif sendiri menggunakan skala likert dan rentan skala untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan *Electronic word of mouth* (e-WOM) dan Harga terhadap minat beli pada pembelian produk lipstick Emina pada marketplace Shopee dikalangan Mahasiswi Universitas Buana Perjuangan Karawang Program Studi Manajemen angkatan tahun 2017.

Analisis ini digunakan untuk mendisripsikan data dan menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan untuk mengeneralisasi. Dalam penelitian ini yang di deskripsikan adalah 3 (tiga) variabel yang terdiri dari variabel bebas yaitu E-WOM (X1) dan Citra Merek (X2), serta variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Supaya setiap jawaban dapat dihitung maka jawaban tersebut harus diberikan skor. Alat ukur yang digunakan untuk menilai jawaban responden adalah menggunakan Skala Likert dengan rumus perhitungan interval kelas yang digunakan untuk menghitung kategori mean adalah :

$$\begin{aligned}\text{Panjang skala} &= (X \text{ terbesar} - X \text{ terkecil}) / \text{banyak kelas} \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 4 / 5 \\ &= 0,8\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka 0,8 digunakan sebagai interval kelas pada penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel 3.5

Tabel 3.5

Kategori Nilai Mean

No	Nilai Rata-Rata	Keterangan	Skor
1	1 – 1,8	Sangat Rendah	1

2	> 1,8-2,6	Rendah	2
3	>2,6-3,4	Cukup Tinggi	3
4	>3,4-4,2	Tinggi	4
5	>4,2-5	Sangat Tinggi	5

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka nilai skala likert yang selanjutnya dapat dipakai untuk memprediksi pengaruh *electronic word of mouth* (E-WOM) dan Cita Merek terhadap Keputusan Pembelian pada pembelian produk lipstik Emina pada marketplace Shopee pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2017 yang merupakan konsumen lipstik Emina.

3.8.2. Analisis Regresi linier Berganda

Regresi linear berganda menurut (Sugiyono, 2017) digunakan oleh peneliti, bila peneliti meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan) nilainya. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Adapun persamaan regresi linear berganda menurut (Sugiyono, 2017) adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1 = E-Wom

X2 = Citra Merek

β_1 = Koefisien regresi untuk variabel E-Wom

β_2 = Koefisien regresi untuk variabel Citra Merek

e = Error term

3.8.3. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen). Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui kekuatan variabel variabel bebas (independen) menjelaskan variabel terikat (dependen).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Parsial)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, berarti variabel bebas cukup signifikan untuk menjelaskan variabel dependen. Untuk menguji koefisien korelasi *product moment* dapat digunakan statistik uji t yang rumusnya sebagai berikut:

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

Dengan $dk = n - 2$

Untuk menentukan apakah H_0 ditolak atau diterima yaitu membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} , kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka, dengan kata lain H_a diterima.
- H_0 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka, dengan kata lain H_a diterima.

3.9.2 Uji f (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ berarti variabel cukup signifikan untuk menjelaskan variabel dependen.

Untuk menentuakn apakah H_0 diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} , kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh nyata.
- Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh nyata.

Dalam hal ini berlaku ketentuan sebagai berikut:

- c. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada hubungan atau pengaruh nyata.
- d. Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada hubungan atau pengaruh nyata.

