

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian Deskriptif (*descriptive research*) adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi.¹

Penelitian Deskriptif Kuantitatif merupakan usaha sadar dan sistematis untuk memberikan jawaban terhadap suatu masalah dan atau mendapatkan informasi lebih mendalam dan luas terhadap suatu fenomena dengan menggunakan tahap-tahap dengan penelitian kuantitatif.²

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada Penelitian Kuantitatif adalah penelitian yang bersifat penjelasan (*eksplanatif*) yang bersifat umum.³ Penelitian kuantitatif melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat

¹ Abu Narbuko, Cholid Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2021), h. 44.

² Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Edisi 1 (Jakarta: kencana Prenada Media Group, 2014), h. 62.

³ Gozali Nanang , Toto Syatori Nasehudin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012). (h. 69).

(*kausalitas*) sehingga dalam penelitiannya terdapat variabel independen dan dependen.⁴

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 06 Januari 2025-06 Februari 2025

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Usaha Mie Ayam Cinta yang terletak di kota Bengkulu Jl. Telaga Dewa, Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Provinsi Bengkulu Kode Pos 38211.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Mie Ayam Cinta Kota Bengkulu.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*, artinya tidak semua komponen atau anggota populasi yang terpilih sebagai sampel diberi kesempatan yang

⁴ Sutisna Yana, Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, Edisi Revisi (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018), h. 50.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 148.

sama. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁶

Kriteria sampel yang dipilih oleh peneliti untuk penelitian ini yaitu

1. Pelanggan yang berusia dari 16 keatas
2. konsumen yang pernah melakukan minimal satu kali pembelian di Mie Ayam Cinta Kota Bengkulu
3. mengikuti akan tiktok Mie Ayam Cinta Kota Bengkulu.

Mengingat jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka untuk menghitung jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus lemeshow, berikut rumusnya:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel untuk pembeli Kota Bengkulu

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi

P = Tingkat Kesalahan

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 85.

Dari rumus tersebut, maka penentuan jumlah sampel dengan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%. Maka sampelnya yaitu :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil rumus di atas, maka jumlah sampel 96,04 adalah orang tetapi untuk mempermudah peneliti dalam melakukan perhitungan maka dibulatkan menjadi 97 orang. Dalam penelitian ini, 97 konsumen Mie Ayam Cinta Kota Bengkulu sebagai responden.

D. Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

1. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana informasi dapat diperoleh. Adapun sumber data yang didapatkan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, diantaranya : ⁷

a. Data Primer

⁷ Hardani, Dkk. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), h. 401.

Data primer adalah ialah sumber data yang langsung diberikan kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran angket atau kuesioner kepada karyawan dan pembeli Mie Ayam Cinta Kota Bengkulu.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang secara tidak langsung diberikan kepada pengumpul data melalui pihak lain ataupun melalui dokumen. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, buku, skripsi, dan kajian pustaka yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan data sekunder. Dalam suatu penelitian, pengumpulan data adalah langkah yang sangat penting karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data tersebut adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Imam Gunawan dalam bukunya mengatakan bahwa observasi ialah studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan.⁸

b. Kuesioner

⁸ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), h.143.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁹

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang efektif ketika peneliti mengetahui tentang variabel yang akan diukur dan apa yang diharapkan dari responden.¹⁰

Adapun penilaian instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari pernyataan yang sangat setuju sampai sangat tidak setuju, untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban tersebut diberikan skor sebagai berikut:

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*, Edisi 1 (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 199.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 142.

Tabel 3.1
Instrument skala likert

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

3. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi Smart PLS. Smart PLS adalah teknik yang dipakai untuk memprediksi model dengan banyak faktor dan hubungan kolinear.¹¹

E. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.¹²

¹¹ Ali Muhson, *Analisis Statistik Dengan SmartPLS* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2022), h. 2.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Edisi Revisi (Bandung: Alfabeta, 2020), h. 79.

Ada tiga variabel independen dalam penelitian ini, yaitu *electronic word of mouth*, *Price* dan *Content Marketing*. Sedangkan keputusan pembelian merupakan variabel terikat atau variabel dependen dalam penelitian kami.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu konsep sehingga dapat diukur, dicapai dengan melihat pada dimensi tingkah laku atau properti yang ditunjukkan oleh konsep dan mengkategorikan hal tersebut menjadi elemen yang dapat diamati dan dapat diukur.¹³

Dalam penelitian ini ada empat variabel yang digunakan yaitu dua variabel independen atau variabel bebas yaitu *Electronic Word Of Mouth E-WOM* (X_1), *Price* (X_2), dan *Content Marketing* (X_3), dan satu variabel dependen atau variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

¹³ Sujarwo, *Ilmu Budaya Dasar* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2002), h. 115.

Tabel 3.2
Definisi Oprasional Variabel

No	Variabel	Definisi oprasional variabel	Indikator
1	EWOM (X1)	<i>Electronic word of mouth</i> adalah pernyataan atau pendapat positif dan negatif yang diungkapkan tentang suatu produk melalui media internet oleh konsumen yang sebelumnya telah membeli produk tersebut, yang mempengaruhi keputusan konsumen lain untuk membeli produk itu atau tidak.	a. Positive valence of opinion, negative valence of opinion b. Banyaknya ulasan c. Membaca ulasan online dari konsumen lain. d. Mengumpulkan informasi dari review konsumen melalui internet.
2	Price (X2)	Harga (<i>Price</i>) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu	a. Keterjangkauan Harga b. Kesesuaian

No	Variabel	Definisi oprasional variabel	Indikator
		produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut	Harga dengan Kualitas Produk c. Daya Saing Harga d. Kesesuaian Harga dengan Manfaat
3	Content Marketing (X3)	<i>Content Marketing</i> adalah strategi pemasaran dengan pelibatan sebuah konten berupa gambar, foto, tulisan, video dan audio guna menarik penonton untuk <i>costumer</i>	a. Konten yang halal b. Konten yang Transparan c. Konten yang Responsif d. Konten yang Berorientasi pada konsumen. e. Konten yang Berisi Informasi yang bermanfaat

No	Variabel	Definisi oprasional variabel	Indikator
4	Keputusan Pembelian (Y1)	Keputusan pembelian adalah serangkaian proses kognitif yang dilakukan seseorang untuk sampai pada penentuan pilihan atas produk yang akan dibelinya sehingga akan mendorong seseorang untuk membeli suatu produk.	a. Sesuai kebutuhan b. Ada Manfaanya c. Ketepatan dalam pembelian produk d. Pembelian berulang

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis Pengaruh *EWOM*, *Price*, dan *Content Marketing* di media sosial tilktok terhadap keputusan pembelian. Kegiatan analisis data meliputi pemilihan data berdasarkan faktor dan kategori responden, penyajian data untuk setiap variabel yang ditinjau, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah yang telah disampaikan.¹⁴

¹⁴ Hikma Wika Gani, Jupri, and Didik Cahyono, 'Analisis Minat Siswa Dalam Mengikuti Ekstrakurikuler Bola Basket Di SMA Negeri 4 Balikpapan', *Borneo Physical Education Journal*, 4.1 (2023), 27-33 (h. 30).

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan dari responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis. Perhitungan tersebut akan dilakukan dengan menggunakan SEM (*structural equation modeling*) akan dianalisis melalui software Smart PLS. Berikut merupakan beberapa model analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini

1. Metode *Partial Least Square* (PLS)

a. Perencanaan Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai model validitas atau reliabilitas. *Outer model* dengan indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya. Uji yang dilakukan pada *outer model* yaitu:¹⁵

1) *Convergent Validity*

Convergent Validity dengan indikator reflektif dapat dilihat dari korelasi antara skor item atau indikator dengan skor konstruknya. Korelasi tersebut dikenal dengan istilah *loading factor* (*outer loading*). Indikator dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi positif di atas 0,50.

¹⁵ Imam Ghazali dan Hengky Latan, *Partial Least Squares Konsep Teknik Dan Aplikasi Dengan Program Smart PLS 3.0* (Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2015), h. 73.

2) *Discriminant Validity*

Uji validitas diskriminan dapat dinilai berdasarkan nilai *cross loading* dan *Fornell Larcker Criterion*. Suatu indikator harus mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dengan masing-masing konstraknya dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi yang lain untuk dapat dikatakan valid. Validitas diskriminan menguji sejauh mana konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lain.¹⁶

3) *Composite Reliability*

Menurut Imam Ghazali, nilai dari *Composite reliability* harus > 0.70 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai $0,60 - 0,70$ masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*.¹⁷

b. Perencanaan Model Struktural (*Inner Model*)

Model internal adalah model struktural berdasarkan nilai koefisien jalur, yang meneliti seberapa besar pengaruh variabel laten terhadap perhitungan awal. Pengujian yang dilakukan pada model struktural adalah uji *R-Square* (R^2). *R-Square* model PLS dapat dievaluasi dengan melihat *R-Square predictive relevance* untuk model variabel.

¹⁶ Prana Ugiana Gio dan et al, *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Dengan Software Warp PLS* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2022), h. 16.

¹⁷ Imam Ghazali dan Hengky Latan, *Partial Least Squares Konsep Teknik Dan Aplikasi Dengan Program Smart PLS 3.0* (Semarang: Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2015, h. 75.

Langkah yang kedua adalah mengevaluasi nilai R^2 , interpretasi nilai R^2 sama dengan interpretasi R^2 regresi linear, yaitu besarnya *variability* variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen. Kriteria R^2 terdiri dari tiga klasifikasi, yaitu nilai R^2 0,670 (baik), 0,330 (sedang), dan 0,190 (lemah).¹⁸

Tabel 3.3. Interpretasi uji R-Square

Nilai Interval Korelasi	Kategori
0,190 – 0,330	Lemah
0,331 – 0,670	Sedang
0,671 – 1,000	Baik

Sumber: Prana Ugiana Gio et al, *Partial Least Square*, 2022

2. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Dalam Smart PLS, nilai-nilai tersebut dapat dilihat dari hasil *bootstrapping*. Untuk pengujian hipotesis digunakan nilai probabilitas 5% dan nilai t-statistik 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah H_a diterima apabila nilai $p < 0,05$ (5%). Sedangkan untuk mengetahui tingkat signifikan atau tidaknya digunakan nilai t-statistik $> 1,96$.

¹⁸ Prana Ugiana Gio et Al, *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Dengan Software Warp PLS* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2022), h. 17.

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Statistik uji yang digunakan pada pengujian simultan adalah uji F dengan rumus sebagai berikut :

$$F_{hit} = \frac{R^2 (n-k-1)}{(1-R^2)2}$$

Keterangan:

R^2 : Nilai R-Square

N : Jumlah sampel

K : Jumlah variabel endogen

Pengujian pengaruh simultan dari kedua variabel independen terhadap variabel dependen digunakan F kriteria sebagai berikut:

1. H_a : ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, yang berarti bahwa *Electronic Word Of Mouth, Price dan Content Marketing* berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.
2. H_a : diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang berarti bahwa *Electronic Word Of Mouth, Price dan Content Marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.