

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat penelitian**

##### **1) Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih enam bulan di mulai pada bulan Desember 2020 sampai dengan bulan Mei 2021.

##### **2) Tempat Penelitian**

Penelitian difokuskan di wilayah Jakarta. Penelitian dilaksanakan daring atau online melalau survei google form yang disebar dengan tujuan mempersingkat waktu, menghemat biaya dan karena pada saat ini Jakarta mengalami pandemi *Covid19* dimana semua kegiatan dilakukan dirumah saja

#### **3.2 Desain Penelitian**

##### **1) Metode**

Sugiyono (2018) mengungkapkan metode penelitian merupakan rangkaian kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Metode penelitian terdiri dari 2 jenis yaitu metode kuantitatif dan metode kualitatif. Dengan demikian metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Sugiyono (2018) berpendapat metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pada penelitian ini menggunakan metode survei, menurut Sugiyono (2018) metode survei adalah penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk

menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* dan *celebrity endorser* terhadap *online purchase intention*. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mendapatkan informasi dan data dari sampel. Kuesioner yang digunakan berbentuk online (*google form*) karena dapat menjangkau sampel yang berjarak jauh dengan peneliti.

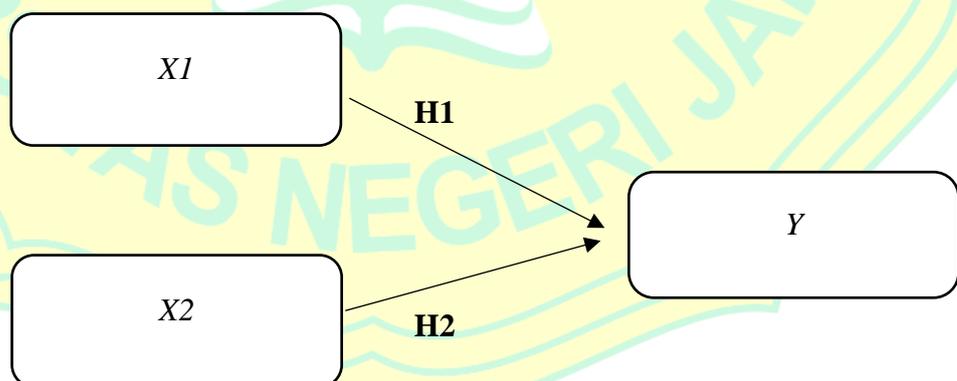
## 2) Konstelasi Pengaruh Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis sebelumnya, maka:

H1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *electronic word of mouth* terhadap *online purchase intention*

H2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *celebrity endorser* terhadap *online purchase intention*

Maka, konstelasi hubungan antar variabel yang terdapat pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :



**Keterangan :**

Variabel bebas (X1) : *Electronic Word Of Mouth*

Variabel bebas (X2) : *Celebrity Endorser*

Variabel terikat (Y) : *Online Purchase Intention*

**3.3 Populasi dan Sampel****1) Populasi**

Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat DKI Jakarta

**2) Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dimana teknik tersebut termasuk kedalam teknik *non probability sampling*. Widodo (2017) mengatakan pengambilan sampel secara (*purposive sampling*) yaitu teknik yang dilakukan untuk memperoleh sampel dengan mempertimbangkan kriteria atau sifat tertentu yang dimiliki oleh anggota populasi. Sampel yang digunakan adalah masyarakat Jakarta yang mengetahui dan sudah pernah membeli produk perawatan tubuh Unilever ( Love Beuty And Planet, Lux, Pond's, Rexona, Pepsodent, Sunsilk, Tresmme, Vaseline, Citra, Clear, Fair&Lovely, Zwitsal, Pureline Hijab Fresh) dan pengguna E-commerce Shopee

Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, menurut (Hou et al., 2017). menuntukan sampel menggunakan *factor loadings* yang bersikar antara 50-350 sampel, *rule of thumb* berkisar 200-500 sampel, dan

sampel yang baik harus menggunakan 100 sampel atau lebih. Sesuai teori di atas maka, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 200 orang.

### 3.4 Pengembangan Instrumen

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu *online purchase intention* variabel Y), *electronic word of mouth* (variabel X1), dan *celebrity endorser* (variabel X2). Adapun instrumen yang digunakan untuk mengukur ketiga variabel tersebut ialah sebagai berikut.

#### 1) *Electronic Word Of Mouth (X1)*

##### a. Definisi konseptual

*Electronic Word Of Mouth* merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh konsumen mengenai suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman mereka.

##### b. Definisi Operasional

Untuk mengukur variabel *elektronik word of mouth*, terdapat 11 (sepuluh) indikator yaitu, Frekuensi mengakses informasi, Frekuensi interaksi dengan pengguna, Frekuensi ulasan yang ditulis oleh pengguna, Komentar positif yang diberikan konsumen, Rekomendasi dari konsumen, komentar negatif dari konsumen, Informasi mengenai harga, Informasi mengenai kualitas produk, Informasi variasi produk, Informasi mengenai pengiriman, Informasi kemudahan dan keamanan bertransaksi

##### c. Kisi-kisi Instrumen *Electronic Word Of Mouth*

Pada tabel berikut di sajikan kisi-kisi instrumen yang bertujuan untuk mengukur variabel *online purchase intention*. Pada kisi-kisi terdapat informasi per butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Electronic Word Of Mouth

Indikator	Pertanyaan adaptasi	Uji coba		Drop	Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
Frekuensi mengakses informasi	Saya sering mengakses informasi mengenai produk perawatan tubuh Unilever melalui Shopee	1		-	1	
Frekuensi interaksi dengan pengguna	Saya lebih sering membicarakan tentang pembelian produk perawatan tubuh Unilever di Shopee daripada tentang pembelian di swalayan	2		-	2	
Frekuensi ulasan yang ditulis oleh pengguna	Saya memperoleh banyak ulasan tentang pembelian produk perawatan tubuh Unilever di Shopee	3		-	3	
Komentar positif yang diberikan konsumen	Saya memberikan informasi tentang kelebihan pembelian produk perawatan tubuh Unilever melalui Shopee	4		-	4	
Rekomendasi dari konsumen	Saya merekomendasikan konsumen lain untuk membeli produk perawatan tubuh Unilever di Shopee	5		-	5	
komentar negatif dari konsumen	Saya memberikan informasi yang tidak menarik tentang pembelian produk perawatan tubuh Unilever di Shopee kepada orang lain	6		-	6	
Informasi mengenai harga	Saya merasa Shopee menampilkan harga produk perawatan tubuh Unilever	7		-	7	
Informasi mengenai kualitas produk	Saya yakin Shopee menampilkan kualitas produk perawatan tubuh Unilever	8		-	8	

Informasi variasi produk	Saya pikir Shopee menampilkan berbagai variasi produk perawatan tubuh Unilever	9	-	9
Informasi mengenai pengiriman	Saya merasa Shopee menampilkan berbagai jenis jasa pengiriman	10	-	10
Informasi kemudahan dan keamanan bertransaksi	Saya yakin Shopee menampilkan informasi daalam hal menjamin keamanan bertransaksi	11	-	11

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert untuk mengukur ketiga variabel di atas. Responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 jawaban yang sudah di sediakan oleh peneliti dalam instrumen penelitian. Penelitian ini berupa kuantitatif dimana nantinya peneliti menganalisis jawaban dengan menggunakan penilaian, maka alternatif jawaban diberikan penilaian. Berikut disajikan skala penilaian dari alternatif jawaban yang disediakan Peneliti.

**Tabel 3. 2 Skala Penilaian Instrumen**

No	Alternatif jawaban	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RR)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2018)

d. Validasi Instrumen *Electronic Word Of Mouth*

Sebelum peneliti melakukan proses pengambilan instrumen *electronic word of mouth*, tahap awal peneliti melakukan penyusunan instrumen sesuai indikator *electronic word of mouth*, kemudian disajikan dalam bentuk kuesioner dan instrumen dinilai dengan menggunakan skala likert. Pada tabel 3.1 merupakan bentuk rancangan instrumen dalam mengukur variabel *electronic word of mouth*. Tahap berikutnya peneliti melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing, setelah disetujui tahap

selanjutnya adalah peneliti melakukan uji coba kepada 30 responden masyarakat DKI Jakarta yang mempunyai kriteria sesuai dengan populasi yang digunakan.

Menurut Noor (2014) Uji Validitas ini dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

$\Sigma X : \dots \Sigma Y = \dots \Sigma X_2 = \dots \Sigma Y_2 = \dots n = \dots$

X : Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\Sigma X$  : Jumlah skor dalam distribusi X

$\Sigma Y$  : Jumlah skor dalam distribusi Y

$\Sigma X^2$  : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\Sigma Y^2$  : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N : Banyaknya responden

Selanjutnya selesai peneliti memperoleh hasil dari perhitungan menggunakan rumus di atas, langkah selanjutnya adalah membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel atau nilai r product moment. Taraf kesalahan yang digunakan sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) sebesar (n-2). Apabila nilai r tabel < nilai r hitung maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid, tetapi apabila nilai r tabel > nilai r hitung maka butir pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak akan digunakan sebagai butir pernyataan dalam instrumen penelitian.

**Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Electronic Word of Mouth**

Variabel Instrumen	R tabel	R hitung	Keterangan
<b>Electronic Word Of Mouth</b>			
EWOM01	0,361	0,811	Valid
EWOM02		0,812	Valid
EWOM03		0,843	Valid
EWOM04		0,719	Valid
EWOM05		0,709	Valid
EWOM06		0,434	Valid
EWOM07		0,716	Valid
EWOM08		0,581	Valid
EWOM09		0,498	Valid
EWOM10		0,448	Valid
EWOM11		0,681	Valid

Sumber : Data diolah oleh penulis

Setelah melakukan uji validitas, peneliti melakukan uji reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang terdapat dalam instrumen penelitian. Noor (2014) menjelaskan bahwa data dinyatakan reliabel jika data tersebut konsisten dalam maksud tetap memperoleh hasil yang sama jika dilakukan pengujian pada responden yang berbeda dengan waktu yang berbeda pula. *Alpha Cronbach* digunakan untuk menguji reliabilitas, Hal tersebut bertujuan untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab pernyataan tersebut. Adapun rumus untuk menghitung uji reliabilitas ini ialah sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Di mana:

$r_{ii}$  : Reliabilitas instrumen

$k$  : Banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah butir pernyataan

$\sigma_t^2$  : Varians total

Varian butir pernyataan itu sendiri dapat diperoleh menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Di mana:

$\sum X$  : Jumlah data X

$\sum X^2$  : Jumlah kuadrat data X

N : Jumlah populasi

$\sigma_b^2$  : Varians butir pernyataan

Sedangkan nilai varians total dapat diperoleh menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_1^2 = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N}$$

Di mana:

$\sum Y$  : Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X_t^2$  : Jumlah kuadrat skor total

N : Jumlah populasi

$\sigma_1^2$  : Varians total

Menurut Noor (2014) butir-butir pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila nilai *alpha* > 0,60 dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) sebesar n-2. Dari hasil perhitungan yang dilakukan oleh peneliti maka, dapat diperoleh hasil *Alpha Cronbach* sebesar 0,849. Dapat kesimpulan bahwa variabel *electronic word of mouth* dengan sebelas instrumen dinyatakan reliabel.

## 2) *Celebrity Endorser (X2)*

### a. Definisi konseptual

*Celebrity endorser* merupakan seseorang yang mempunyai prestasi pada bidang tertentu sesuai keahliannya, dan dipercaya oleh perusahaan untuk mengiklankan suatu produk atau jasa.

### b. Definisi Operasional

Untuk mengukur variabel *elektronik word of mouth*, terdapat 8 (delapan) indikator yaitu, Dapat Dipercaya, Keahlian, Daya Tarik, Tingkat keseringan tampil di publik, Kesamaan Dengan Audiens

### c. Kisi-kisi Instrumen *Celebrity endorser*

Pada tabel berikut di sajikan kisi-kisi instrumen yang bertujuan untuk mengukur variabel *online purchase intention*. Pada kisi-kisi terdapat informasi per butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel 3.3

**Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen *Celebrity Endorser***

Indikator	Pertanyaan Adaptasi	Uji coba		Drop	Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
Dapat Dipercaya	Saya merasa celebrity endorser dapat dipercaya dalam menyampaikan iklan produk perawatan tubuh Unilever	12		-		12
	Saya yakin produk perawatan tubuh Unilever yang diiklankan oleh celebrity endorser adalah produk yang berkualitas	13		-		13
Keahlian	Saya merasa Celebrity Endorser memiliki keterampilan dalam membintangi iklan produk perawatan tubuh Unilever	14		-		14
	Saya merasa Endorser selebriti tampil dengan percaya diri dan meyakinkan	15		-		15

	dalam mempromosikan produk perawatan tubuh Unilever				
Daya tarik	Saya yakin celebrity endorser mampu menarik rasa percaya diri konsumen agar tertarik untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang produk perawatan tubuh	16		-	16
	Saya yakin tampilan foto produk perawatan tubuh Unilever yang diposting oleh celebrity endorser sangat bagus / menarik / unik / elegan	17		-	17
	Saya merasa Judul dan caption foto produk perawatan tubuh Unilever diposting oleh celebrity endorser menarik perhatian	18		-	18
Tingkat keseringan tampil di publik	Saya merasa celebrity endorser yang digunakan dalam iklan produk perawatan tubuh Unilever cukup familiar atau dikenal oleh masyarakat luas	19		-	19
Kesamaan Dengan Audiens	Saya merasa celebrity endorser memiliki kesamaan dengan masyarakat dalam bidang perawatan tubuh	20		-	20

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert untuk mengukur ketiga variabel di atas. Responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 jawaban yang sudah di sediakan oleh peneliti dalam instrumen penelitian. Penelitian ini berupa kuantitatif dimana nantinya peneliti menganalisis jawaban dengan menggunakan penilaian, maka alternatif jawaban diberikan penilaian. Berikut disajikan skala penilaian dari alternatif jawaban yang disediakan Peneliti.

**Tabel 3. 5 Skala Penilaian Instrumen**

No	Alternatif jawaban	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RR)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2018)

d. Validasi instrumen *Celebrity endorser*

Sebelum peneliti melakukan proses pengambilan instrumen *electronic word of mouth*, tahap awal peneliti melakukan penyusunan instrumen sesuai indikator *celebrity endorser*, kemudian disajikan dalam bentuk kuesioner dan instrumen dinilai dengan menggunakan skala likert. Pada tabel 3.3 merupakan bentuk rancangan instrumen dalam mengukur variabel *celebrity endorser*. Tahap berikutnya peneliti melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing, setelah disetujui tahap selanjutnya adalah peneliti melakukan uji coba kepada 30 responden masyarakat DKI Jakarta yang mempunyai kriteria sesuai dengan populasi yang digunakan. Menurut Noor (2014) Uji Validitas ini dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

$\Sigma X : \dots \Sigma Y = \dots \Sigma X_2 = \dots \Sigma Y_2 = \dots n = \dots$

X : Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\Sigma X$  : Jumlah skor dalam distribusi X

$\Sigma Y$  : Jumlah skor dalam distribusi Y

$\Sigma X^2$  : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\Sigma Y^2$  : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N : Banyaknya responden

Selanjutnya selesai peneliti memperoleh hasil dari perhitungan menggunakan rumus di atas, langkah selanjutnya adalah membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel atau nilai r product moment. Taraf kesalahan yang digunakan sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) sebesar (n-2). Apabila nilai r tabel < nilai r hitung maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid, tetapi apabila nilai r tabel > nilai r hitung maka butir pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak akan digunakan sebagai butir pernyataan dalam instrumen penelitian.

**Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas *Celebrity Endorser***

Variabel Instrumen	R tabel	R hitung	Keterangan
<i>Celebrity Endorser</i>			
CE01	0,361	0,672	Valid
CE02		0,850	Valid
CE03		0,886	Valid
CE04		0,782	Valid
CE05		0,839	Valid
CE06		0,705	Valid
CE07		0,743	Valid
CE08		0,646	Valid
CE09		0,844	Valid

Sumber : Data diolah oleh penulis

Setelah melakukan uji validitas, peneliti melakukan uji reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang terdapat dalam instrumen penelitian. Noor (2014) menjelaskan bahwa data dinyatakan reliabel jika data tersebut konsisten dalam maksud tetap memperoleh hasil yang sama jika dilakukan pengujian pada responden yang berbeda dengan waktu yang berbeda pula. Alpha Cronbach digunakan untuk menguji reliabilitas, Hal tersebut bertujuan untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab pernyataan tersebut. Adapun rumus untuk menghitung uji reliabilitas ini ialah sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Di mana:

$r_{ii}$  : Reliabilitas instrumen

$k$  : Banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah butir pernyataan

$\sigma_t^2$  : Varians total

Varian butir pernyataan itu sendiri dapat diperoleh menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Di mana:

$\sum X$  : Jumlah data X

$\sum X^2$  : Jumlah kuadrat data X

$N$  : Jumlah populasi

$\sigma_b^2$  : Varians butir pernyataan

Sedangkan nilai varians total dapat diperoleh menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N}$$

Di mana:

$\sum Y$  : Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X_t^2$  : Jumlah kuadrat skor total

$N$  : Jumlah populasi

$\sigma_t^2$  : Varians total

Menurut Noor (2014) butir-butir pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila nilai  $\alpha > 0,60$  dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) sebesar  $n-2$ . Dari hasil perhitungan yang dilakukan oleh peneliti maka, dapat diperoleh hasil *Alpha Cronbach* sebesar 0,917. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Celebrity Endorser* dengan sembilan instrumen dinyatakan reliabel.

### 3) *Online Purchase Intention (Y)*

#### a. Definisi Konseptual

*Online purchase intention* merupakan suatu perilaku seseorang untuk melakukan tindakan yang berniat melakukan pembelian terhadap suatu produk.

#### b. Definisi Operasional

Untuk mengukur variabel *online purchase intention*, terdapat 4 (delapan) indikator yaitu, Pengenalan produk, Pencarian informasi, Pemilihan alternatif, Merealisasikan pembelian

#### c. Kisi-kisi Instrumen *Online purchase intention*

Pada tabel berikut di sajikan kisi-kisi instrumen yang bertujuan untuk mengukur variabel *online purchase intention*. Pada kisi-kisi terdapat informasi per butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel 3.4

Tabel 3. 7 Kisi-kisi Instrumen *Online Purchase Intention*

Indikator	Adaptasi	Uji coba		Drop	Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
Pengenalan produk	Saya mengenal produk perawatan tubuh Unilever dan sesuai dengan kebutuhan saya	21		-	21	
Pencarian informasi	Saya mengumpulkan informasi tentang produk perawatan tubuh Unilever sehingga saya yakin akan produk tersebut dan berniat untuk membelinya	22		-	22	
Pemilihan alternatif	Saya mempunyai pilihan terhadap produk perawatan tubuh Unilever dan melakukan pembelian melalui E-commerce Shopee	23		-	23	
Merealisasikan pembelian	Saya memiliki ketertarikan untuk membeli produk perawatan tubuh Unilever secara online melalui Shopee sesuai dengan kebutuhan saya	24		-	24	

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert untuk mengukur ketiga variabel di atas. Responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 jawaban yang sudah di sediakan oleh peneliti dalam instrumen penelitian. Penelitian ini berupa kuantitatif dimana nantinya peneliti menganalisis jawaban dengan menggunakan penilaian, maka alternatif jawaban diberikan penilaian. Berikut disajikan skala penilaian dari alternatif jawaban yang disediakan Peneliti.

**Tabel 3. 8 Skala Penilaian Instrumen**

No	Alternatif jawaban	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RR)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2018)

d. Validasi instrumen *Online Purchase Intention*

Sebelum peneliti melakukan proses pengambilan instrumen electronic word of mouth, tahap awal peneliti melakukan penyusunan instrumen sesuai indikator *online purchase intention*, kemudian disajikan dalam bentuk kuesioner dan instrumen dinilai dengan menggunakan skala likert. Pada tabel 3.5 merupakan bentuk rancangan instrumen dalam mengukur variabel *online purchase intention*. Tahap berikutnya peneliti melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing, setelah disetujui tahap selanjutnya adalah peneliti melakukan uji coba kepada 30 responden masyarakat DKI Jakarta yang mempunyai kriteria sesuai dengan populasi yang digunakan. Menurut Noor (2014) Uji Validitas ini dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

$\Sigma X : \dots \Sigma Y = \dots \Sigma X_2 = \dots \Sigma Y_2 = \dots n = \dots$

X : Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\Sigma X$  : Jumlah skor dalam distribusi X

$\Sigma Y$  : Jumlah skor dalam distribusi Y

$\Sigma X^2$  : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\Sigma Y^2$  : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N : Banyaknya responden

Selanjutnya selesai peneliti memperoleh hasil dari perhitungan menggunakan rumus di atas, langkah selanjutnya adalah membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel atau nilai r product moment. Taraf kesalahan yang digunakan sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) sebesar (n-2). Apabila nilai r tabel < nilai r hitung maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid, tetapi apabila nilai r tabel > nilai r hitung maka butir pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak akan digunakan sebagai butir pernyataan dalam instrumen penelitian.

**Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas *Online Puchase Intention***

Variabel Instrumen	R tabel	R hitung	Keterangan
<i>Online purchase Intention</i>			
OPI01	0,361	0,812	Valid
OPI02		0,762	Valid
OPI03		0,760	Valid
OPI04		0,896	Valid

Setelah melakukan uji validitas, peneliti melakukan uji reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang terdapat dalam instrumen penelitian. Noor (2014) menjelaskan bahwa data dinyatakan reliabel jika data tersebut konsisten dalam maksud tetap memperoleh hasil yang sama jika dilakukan pengujian pada responden yang berbeda dengan waktu yang berbeda pula. Alpha Cronbach digunakan untuk menguji reliabilitas, Hal tersebut bertujuan untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab pernyataan tersebut. Adapun rumus untuk menghitung uji reliabilitas ini ialah sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Di mana:

$r_{ii}$  : Reliabilitas instrumen

$k$  : Banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah butir pernyataan

$\sigma_t^2$  : Varians total

Varian butir pernyataan itu sendiri dapat diperoleh menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Di mana:

$\sum X$  : Jumlah data X

$\sum X^2$  : Jumlah kuadrat data X

$N$  : Jumlah populasi

$\sigma_b^2$  : Varians butir pernyataan

Sedangkan nilai varians total dapat diperoleh menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N}$$

Di mana:

$\sum Y$  : Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat skor total

$N$  : Jumlah populasi

$\sigma_t^2$  : Varians total

Menurut Noor (2014) butir-butir pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila nilai  $\alpha > 0,60$  dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) sebesar  $n-2$ . Dari hasil perhitungan yang dilakukan oleh peneliti maka, dapat diperoleh hasil *Alpha Cronbach* sebesar 0,815. Dapat disimpulkan bahwa variabel *online purchase intention* dengan empat instrumen dinyatakan reliabel.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua data, yaitu data sekunder dan data primer. Menurut Wahyudi (2017) data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya, dan data tersebut belum pernah dipublikasikan sebelumnya. Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah diproses dan sudah diterbitkan oleh instansi terkait.

Data primer dalam penelitian adalah berupa tanggapan dari responden yang diperoleh dari hasil survei secara daring dengan menggunakan google form yang di distribusikan kepada responden. Untuk data sekunder dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data yang diperoleh melalui buku, jurnal ilmiah, portal berita, serta situs lainnya.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Untuk memperoleh hasil maka, peneliti mengolah dan menganalisis data dengan menggunakan software IBM SPSS Statistics versi 25. Ada beberapa tahap yang harus dilakukan oleh peneliti untuk menganalisis data tersebut. Yaitu dengan cara sebagai berikut:

#### 1) Uji Persyaratan Analisis

##### a. Uji Normalitas

Noor (2014) menjelaskan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal baik secara multivariat maupun univariat. Pada penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* untuk menguji normalitas.

Menurut Prawoto (Prawoto, 2016) uji Kolmogorov Smirnov memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  atau 5% maka data menyebar secara normal.
2. Jika nilai signifikansi  $< 0.05$  atau 5% maka data menyebar secara tidak normal.

b. Uji Linieritas Regresi

Noor (2014) berpendapat uji linieritas merupakan keadaan di mana hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas bersifat linier (garis lurus) dalam *range* variabel bebas tertentu

## 2) Persamaan Regresi Linier Sederhana

Sugiyono (2018) berpendapat bahwa analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y' = a + bX$$

Dimana :

$Y'$  = Variabel dependen (variabel terikat)

$X$  = Variabel independent (variabel bebas)

$a$  = Konstanta (nilai dari  $Y$  apabila  $X = 0$ )

$b$  = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

## 3) Uji Hipotesis

### Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Noor (2014) berpendapat uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas atau *independent* secara parsial. Rumusan hipotesis yang digunakan adalah:

H0 : Variabel bebas atau *independent* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau *dependent*.

H1 : Variabel bebas atau *independent* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau *dependent*.

Adapun kriteria pengujiannya ialah sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  : H0 diterima atau variabel *independent* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  : H0 ditolak atau variabel *independent* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

#### 4) Analisis Korelasi

Naninncova (2019) menjelaskan bahwa analisis korelasi digunakan dalam penelitian untuk mengetahui derajat hubungan atau asosiasi antara dua variabel yaitu variabel bebas dengan variabel terikat. Variabel bebas dan terikat mampu dikatakan saling berkorelasi jika memiliki perubahan yang saling berhubungan satu sama lain.

Penelitian ini menggunakan salah satu metode pengukuran korelasi yaitu koefisien korelasi Pearson yang menyatakan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara linier.

#### 5) Perhitungan Koefisien Determinasi

Naninncova (2019) menjelaskan bahwa koefisien determinasi menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel dependent yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linear dengan variabel independent, selain itu diterangkan oleh variabel yang lain, koefisien determinasi dilambangkan dengan  $r^2$ .