

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertempat pada konsumen Daarut Tauhiid Jakarta yang berlokasi di Jakarta Selatan. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dalam waktu 5 bulan. Bulan agustus sampai desember 2021.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu metode yang relevan dengan tujuan yang ingin dicapai.

Metode yang digunakan penulis adalah Metode *Survey*, seperti yang di kemukakan oleh Sugiyono (2016:39) pengertian metode *survey* yaitu Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Tujuan penelitian *survey* adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum. Dalam penyusunan skripsi ini dibutuhkan data dan informasi yang sangat sesuai dengan sifat permasalahannya agar data dan informasi yang diperoleh cukup lengkap digunakan sebagai dasar dalam membahas masalah yang ada. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif.

Menurut Sugiyono (2016:147) yang dimaksud dengan metode analisis deskriptif yaitu “Metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan

untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”

3.3 Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	<i>Word Of Mouth</i> (Sernovirtz 2012:19)	<i>Talkers</i>	1. Dekat dengan calon pelanggan 2. Memiliki kepercayaan
		<i>Topics</i>	1.Lokasi mudah ditemukan 2. Menyampaikan pesan disertai kejelasan
		<i>Tools</i>	1.Promosi pada sosial media 2.Pesan yang disampaikan lewat sosial media cukup jelas
		<i>Taking Part</i>	1.Respon yang diberikan jelas 2.Informasi mengenai produk atau jasa cukup jelas
		<i>Tracking</i>	1. Cepat tanggap dalam merespon konsumen 2. Penanganan terhadap keluhan negatif konsumen
2	Keputusan Pembelian(Kotler, 2014:212)	Kemantapan	1. Kualitas atau mutu yang didapat sesuai. 2. Membandingkan produk sebelum memilih sebuah produk
		Kebiasaan	1.Mendapatkan kenyamanan pada produk atau jasa 2. Produk atau jasa sudah melekat pada benak konsumen

		Rekomendasi	1. Memberitahukan kepada orang lain tentang sebuah produk atau jasa 2. Merasakan produk atau jasa sangat bagus dibandingkan dengan lainnya
		Pembelian Ulang	1. Mendapatkan kepuasan pada sebuah produk atau jasa 2. Cocok terhadap produk atau jasa yang digunakan

Tabel 3.1Operasional Variabel

3.4 Populasi dan Sampling

1. Populasi

Populasi merupakan subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2016:117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempengaruhi kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2016:1118) beberapa langkah yang harus diperhatikan peneliti dalam menentukan sampel, yaitu:

- a. Menentukan populasi
- b. Mencari data akurat unit populasi
- c. Memilih sampel yang representative
- d. Menentukan jumlah sampel yang memadai

1.Karakteristik Populasi

Pada penelitian ini, dilakukan pada *followers* instagram @daaruttauhiid.jkt sebanyak 75,1k dengan dibatasi pada *followers* dengan karakteristik sebagai berikut :

1. Melakukan *Like* dan *comment* pada postingan instagram @daaruttauhiid.jkt 22 Juni – 30 Juni 2021
2. Pernah melakukan interaksi pada kegiatan Daarut Tauhiid Jakarta
3. Bukan *Fake Account & Online Shop*
4. Usia 18-40 Tahun

Setelah melakukan pengamatan pada karakteristik tersebut, peneliti mendapatkan hasil bahwa terdapat 10 postingan pada instagram @daaruttauhiid.jkt yang mendapatkan 435 *like* dan 4 *comment*. Peneliti melakukan pengamatan dan mendapatkan hasil yang mana terdapat 20 *like* yang sama, 10 *fake account* pada postingan instagram Daarut Tauhiid Jakarta. Sehingga peneliti mendapatkan hasil populasi ini berjumlah 405. Populasi tersebut sudah layak untuk dijadikan sampel penelitian dimana sudah memenuhi karakteristik populasi yang sudah ditetapkan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:82), sampel adalah bagian dari populasi dan biasa mewakili keseluruhan populasi. Adapun penelitian jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan metode sensus berdasarkan pada ketentuan yang dikemukakan Sugiyono (2016:61), yang mengemukakan bahwa *sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari *sampling jenuh* adalah *sensus*. Adapun subjek penelitian menentukan sampel menurut Arikunto (2016:77), mengatakan bahwa apabila subjek penelitian kurang dari 100 orang lebih baik diambil semuanya sehingga penelitian adalah populasi, akan tetapi bila subjeknya lebih dari 100 orang, maka diperbolehkan untuk mengambil sampel 10 -15% atau 20 – 25% atau lebih sesuai dengan kemampuan dan dana yang dimiliki peneliti.

Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikansampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

Gambar 3.1
Rumus Slovin & Hasil Rumus Slovin

Keterangan:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

$$80 = \frac{405}{1 + 405 \times 0,05 \times 0,05}$$

Berdasarkan perhitungan pada rumus slovin, sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini adalah 80 sampel. Sampel yang diambil berdasarkan teknik *probability* sampilng; simple random sampling, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi (KonsumenDaarut Tauhiid

Jakarta) untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri.

3.5 Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

3.5.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada subjek penelitian yang akan dituju yaitu 80 followers Instagram Daarut Tauhiid Jakarta. Selain itu data juga diperoleh dari studi pustaka yang relevan dari penelitian.

A. Data Primer

Dalam melakukan sebuah penelitian tentu peneliti harus mempunyai sumber informasi yang akurat dari data primer untuk dapat diteliti. Peneliti mengambil pengertian data primer menurut Sugiyono (2016:193) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Berdasarkan pendapat yang ada, penulis menyimpulkan bahwa data primer merupakan data utama yang didapatkan langsung dari apa yang akan diteliti. Sumber data primer merupakan sumber data yang didapat dan diolah secara langsung dari subjek yang berhubungan langsung dengan penelitian. Data primer ini diantaranya didapat dari hasil observasi langsung dan data hasil pengisian kuesioner.

B. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016:225), data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen-dokumen yang ada. Penggunaan data sekunder adalah sebagai penunjang yang menguatkan perolehan data hasil yang didapat dari artikel, internet, dan dokumen-dokumen yang dimiliki organisasi yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Jadi peneliti mengambil kesimpulan

bahwa data sekunder adalah data tambahan yang didapatkan untuk membantu sebuah penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang sangat menunjang terselenggaranya penelitian dengan digunakan cara-cara pengumpulan data adalah:

a. Library Research (Studi Kepustakaan)

Yaitu pengumpulan data skripsi dengan cara membaca literatur-literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti.

b. Kuesioner

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 (Sugiyono, 2016 : 137)

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan *skala likert* yangmana nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan itu dijumlahkan sehingga mencapai nilai total. Menurut Sugiono (2016:132) *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Sedangkan untuk kategori jawaban yang digunakan yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (ST), Ragu-ragu (RG), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Skala Likert secara umum menggunakan peringkat lima angka penilaian, yaitu:

Sangat Tidak Setuju (STS) nilai = 1

Tidak Setuju (TS) nilai = 2

Ragu-ragu (RG) nilai	= 3
Setuju (ST) nilai	= 4
Sangat Setuju (SS) nilai	= 5

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data pada dasarnya yaitu memperkirakan atau dengan menentukan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan suatu (beberapa) kejadian terhadap sesuatu (beberapa) kejadian lainnya, serta memperkirakan atau meramalkan kejadian lainnya. Kejadian (*event*) dapat dinyatakan sebagai perubahan nilai variabel. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti. melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Ada pengujian hipotesis ialah sebagai berikut :

3.7.1 Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2016:39), penelitian ini terdiri atas dua variabel yaitu jumlah pendapatan dengan metode presentase penyelesaian (X) dan laba operasi dengan metode presentase (Y), maka bentuk persamaan regresi Y dan X adalah : $Y=a+b$

Keterangan :

Y :Subjek variabel terikan diproyeksikan

X :Variael bebas yang mempunyai nilai tertentu

a :Nilai harga $Y=X = 0$ untuk memprediksikan

b :Nilai arah sebagai penentu ramalan yang

menunjukkan peningkatan (+) atau nilai penurunan (-)

variabel Y

X :Subyek pada variabel independen mempunyai nilai tertentu

3.7.2 Uji Signifikasi Koefisien Korelasi

Uji signifikansi korelasi product moment berguna untuk membuktikan apakah jumlah sampel atau responden yang telah ditetapkan dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin dapat digeneralisasikan pada populasi penelitian.

Rumus Uji Signifikasi korelasi prouct moment ditunjukan pada rumus berikut:

Gambar 3.2
Rumus thitung

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan :

t : Signifikasi Hubungan

r : Koefisiensi Korelasi

n :Jumlah Sampel

3.7.3 Koefesiensi Determinasi (KD)

Untuk Melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi dengan rumus : $KD = r^2 \times 100\%$

Keterangan :

Kd : Koefisiensi determinasi

r^2 : Koefisien korelasi yang di kuadratkan

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen (kuisisioner) tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Tinggi-rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana instrumen mempunyai validitas yang tinggi pula (Sugiyono, 2016:173)

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom corrected item-total correlations) dengan r tabel untuk degree of freedom ($df = n - k$), dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah item. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid (Sugiyono, 2016:182)

Uji validitas ini dilaksanakan kepada konsumen Daarut Tauhiid Jakarta.dengan menggunakan rumus korelasi *Product moment* dari *pearson*, yaitu

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1	0,470	0,220	VALID
2	X2	0,619	0,220	VALID

3	X3	0,532	0,220	VALID
4	X4	0,659	0,220	VALID
5	X5	0,653	0,220	VALID
6	X6	0,750	0,220	VALID
7	X7	0,772	0,220	VALID
8	X8	0,741	0,220	VALID
9	X9	0,822	0,220	VALID
10	X10	0,837	0,220	VALID
11	X11	0,758	0,220	VALID
12	X12	0,843	0,220	VALID
13	X13	0,809	0,220	VALID
14	X14	0,818	0,220	VALID
15	X15	0,827	0,220	VALID
16	X16	0,861	0,220	VALID
17	X17	0,848	0,220	VALID
18	Y1	0,778	0,220	VALID
19	Y2	0,807	0,220	VALID
20	Y3	0,862	0,220	VALID
21	Y4	0,858	0,220	VALID
22	Y5	0,863	0,220	VALID
23	Y6	0,889	0,220	VALID
24	Y7	0,803	0,220	VALID
25	Y8	0,797	0,220	VALID
26	Y9	0,861	0,220	VALID
27	Y10	0,906	0,220	VALID
28	Y11	0,651	0,220	VALID

Tabel 3.2 Uji Validitas

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui hasil dari skor total dari 28 butir kuesioner variabel *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian Semua nilai dari kolom skor variabel x dan y dinyatakan lebih besar dari r tabel yaitu $df = (80-1-$

1= 78) dengan taraf signifikansi 0,05 dengan nilai 0,220. Maka dapat disimpulkan bahwa semua butir kuesioner dari variabel *Word of Mouth* dinyatakan valid dan selanjutnya semua butir kuesioner tersebut layak untuk dijadikan data penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui ketetapan suatu instrumen (alat ukur) didalam mengukur gejala yang sama walaupun dalam sebuah waktu yang berbeda. Menurut Sugiyono (2016:348), reliabilitas yaitu suatu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama. Berdasarkan definisi tersebut, maka realibilitas dapat di artikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan.

Suatu alat disebut reliable apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap suatu kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Dalam hal ini relatif sama berarti tetap adanya toleransi perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil dari beberapa kali pengukuran. Pengujian ini dilakukanterhadap butir pertanyaan yang termasuk dalam kategori *valid*. Pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *alpha chronbach*

Nilai Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
0.00 – 0.20	Kurang Reliabel
0.21 – 0.40	Agak Reliabel
0.41 – 0.60	Cukup Reliabel
0.61 – 0.80	Reliabel
0.81 – 1.00	Sangat Reliabel

Tabel 3.3Tingkat Reliabilitas Alpha Cronbach

Adapun hasil pengujian dari reabilitas data pada butir kuesioner variabel *Word of Mouth* (x) dalam penelitian ini didapatkan hasil sebagai berikut :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	17

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel X

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai Alpha Cronbach's adalah 0,942. Nilai tersebut lebih besar dari 0,61 dan lebih besar dari 0,81, yang artinya butir kuesioner dari variabel *Word of Mouth* dinyatakan sangat reliabel dan layak untuk dijadikan data penelitian.

Selanjutnya, hasil pengujian dari reliabilitas data pada butir kuesioner variabel Keputusan Pembelian (y) didapatkan hasil sebagai berikut:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	11

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel Y

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai Alpha Cronbach's adalah 0,949. Nilai tersebut lebih besar dari 0,61 dan lebih besar dari 0,81, yang artinya butir kuesioner dari variabel Keputusan Pembelian dinyatakan sangat reliabel dan layak untuk dijadikan data penelitian.

Maka dari itu, bisa disimpulkan bahwa tingkat Reliabilitas variabel *Word of mouth* dan Keputusan pembelian berada pada angka yang sangat reliabel, dengan itu data ini layak untuk dijadikan penelitian