

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) mendefinisikan metode kuantitatif sebagai metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme, yaitu dalam mempelajari populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif yang tujuannya untuk mendeskriptifkan objek.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Dengan waktu penelitian sebagai berikut :

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2023						
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Pembuatan Bab I							
2.	Pembuatan Bab II							
3.	Pembuatan Bab III							
4.	Seminar Proposal							
5.	Revisi Pasca Seminar Proposal							
6.	Penelitian							
7.	Bab IV-V							
8.	Sidang Skripsi							

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiono (2016) definisi operasional variabel merupakan penjelasan yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Selain itu, tujuan utama yaitu mempermudah penjelasan dan menghindari perbedaan persepsi di dalam penelitian.

Berikut adalah pengukuran operasional variabel dari penelitian, yaitu :

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Brand Image</i>	<i>Brand image</i> adalah pandangan dan kepercayaan konsumen, sehingga dapat dengan mudah diingatan konsumen saat mendengar jargon (Kotler dan Keller 2017)	<i>Corporate Image</i>	Skala Likert
		<i>User Imagery</i>	
		<i>Brand Personality</i>	
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	<i>Electronic Word of Mouth</i> merupakan sebuah alat komunikasi untuk bertukar informasi tentang produk atau jasa kepada konsumen lainnya melalui media sosial. (Kotler dan Keller 2017)	<i>Intensity</i>	Skala Likert
		<i>Positive Valence</i>	
		<i>Negative Valence</i>	
		<i>Content</i>	
Kualitas produk	Kekuatan produk dalam menghasilkan hasil yang memenuhi harapan konsumen (Kotler dan Keller 2017)	Kinerja	Skala Likert
		Keistimewaan	
		Kendala	
		Konformasi	
		Daya Tahan	
		Estetika	
		Kemampuan Pelayanan	

		Kualitas Yang Dirasakan	
Minat Beli	Perilaku konsumen berdasarkan pengalaman sehingga muncul keghairahan untuk membeli dan memilih suatu produk (2017)	<i>Awareness</i>	Skala Likert
		<i>Interest</i>	
		<i>Desire</i>	
		<i>Action</i>	

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2021) mendefinisikan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan menarik kesimpulan. Pada penelitian ini populasi yang akan digunakan yaitu mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta dengan total 3.603 mahasiswa.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017), sampel ialah keseluruhan dan karakteristik suatu populasi. Jika populasinya besar memungkinkan populasi tersebut terdapat kendala yang dihadapi karena tidak bisa untuk dipelajari keseluruhan. Menurut Sugiyono (2019), teknik pengambilan sampel didasarkan pada penentuan kriteria tertentu yaitu *purposive sampling*. Metode yang digunakan yaitu *purposive sampling*, sehingga diperlukan sampel untuk menarik kesimpulan dari populasi yang banyak. Berikut beberapa kriteria yang menjadi responden penelitian ini :

- a. Mahasiswa aktif Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

b. Memiliki akun sosial media Instagram dan Tiktok

c. Mengonsumsi mie Lemonilo mienimal 1 kali

Mengingat jumlah sampel yang sudah diketahui sebanyak 3.603 mahasiswa aktif Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta menurut Surat Keputusan Rektor Unjaya Nomor: Skep/120/UNJAYA/IX/2022 tanggal 22 November 2022, tentang Skep Student Body Universitas 2022-1, untuk menetapkan jumlah sampel maka, rumus yang digunakan rumus slovin, yaitu :

Keterangan :

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e^2 = Tingkat kesalahan (5%)

Maka jumlah sampelnya adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2} = \frac{3.603}{1 + 3.603 (0,05)^2} = 360,029$$

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel sebanyak 360,029 responden, akan tetapi penulis melakukan pembulatan kebawah menjadi 360 responden dengan masing-masing fakultas yaitu :

Tabel 3.3 Jumlah Sampel Fakultas

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa	Perhitungan	Jumlah Sampel
1	Teknik dan Informasi	469	$\frac{469}{3.603} \times 360 = 47$	47
2	Ekonomi dan Sosial	993	$\frac{993}{3.603} \times 360 = 99$	99
3	Kesehatan	2.141	$\frac{2.141}{3.603} \times 360 = 214$	214
Jumlah		3.603		360

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode survey dengan penyebaran kuesioner kepada responden melalui google form. Menurut Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa untuk mendapatkan data dengan menggunakan teknik pengumpulan data, berupa kuesioner kepada responden dalam menjawab dan memberikan pernyataan tertulis. Maka dari itu teknik yang digunakan adalah kuesioner. Dengan membagikan google form pada responden yang memenuhi kriteria yang sudah ditentukan.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif dengan alat bantu SPSS. Pengaruh variabel dependen terhadap variabel bebas dapat menggunakan analisis regresi linear berganda.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validasi digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel,

sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ tidak valid, serta pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05 (Ghozali, 2018).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2021) Uji reliabilitas adalah pengujian data untuk menghasilkan reliabilitas instrumen. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila sudah melakukan beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama dan diperoleh hasil relatif yang sama atau tidak berubah. Dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2018).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam variabel-variabel penelitian tersebut mempunyai distribusi normal ataupun tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smiernov*. Uji *Kolmogorov-Smiernov* dapat dilihat dari nilai asumsi *Monte Carlo Sig.* $> 0,05$ maka dapat dikatakan distribusi normal, namun apabila nilai suatu variabel lebih kecil dari *level of significant* 5% ($< 0,05$) maka variabel tersebut tidak terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2018).

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apa ada korelasi antara variabel independen.

Jika ada korelasi antara variabel independen maka variabel-variabel ini tidak orthogonal, sehingga tidak bisa di uji menggunakan model regresi. Model regresi yang baik yaitu mengandung multikolinieritas. Untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya uji multikolinieritas bisa dilihat dari nilai *tolerance* maupun varian *inflation factor* (VIF) sebagai tolak ukur. Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 , maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian tersebut terdapat multikolinieritas (Ghozali, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), jika model regresi memiliki perbedaan pada varian dari pengamatan residual ke pengamatan lainnya, dapat digunakan uji heteroskedastisitas. Untuk melakukan uji heteroskedastisitas ini menggunakan uji spearman. Disebut homoskedastisitas apabila varian dari residual sama. Apabila sebaliknya maka dikatakan heteroskedastisitas. Hasil probabilitas dapat dikatakan signifikan jika diatas tingkat kepercayaannya 0,05 (Ghozali, 2018).

3. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019:99) uji hipotesis dilakukan untuk menguji apakah hipotesis yang akan ditetapkan sesuai atau tidak dengan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan. Dalam penelitian uji hipotesis yang digunakan berikut ini :

a. Persamaan regresi (Resresi Linear Berganda)

Regresi linear berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen. Model ini mengansumsikan adanya hubungan satu garis lurus atau linear antara variabel dependen dengan masing prediktornya. (Putra Dwi et al., 2020) Berikut rumusnya yaitu :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel dependen (Minat beli)
- a = Bilangan konstanta atau nilai tetap (nilai Y bila X = 0)
- b₁ = Koefisien regresi *brand image*
- b₂ = Koefisiensi regresi *electronic word of mouth*
- b₃ = Koefisien regresi kualitas produk
- X₁ = *Brand image*
- X₂ = *Electronic word of mouth*
- X₃ = Kualitas produk
- E = *Error*

b. Uji Koefisian Determinasi

Koefisien determienasi menunjukkan pengukuran seberapa jauh variasi variabel terikat (Gunawati et al., 2022). Penelitian ini menggunakan koefisien determinasi dalam kontribusi dari variabel terikat terhadap variabel bebas.

c. Uji Parsial (t)

Menurut Ghozali (2018) uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Pengujian

menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti memiliki pengaruh.
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti tidak berpengaruh.

d. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dari persamaan regresi dengan menggunakan hipotesis statistik (Ghozali, 2018). Kriteria pengujian yang digunakan adalah :

- 1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka berpengaruh dan signifikan secara bersama-sama.
- 2) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka dapat dikatakan tidak ada hubungan yang signifikan secara bersama-sama.