

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

Secara umum penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam melakukan suatu penelitian hendaknya menentukan terlebih dahulu metode penelitian yang sesuai dengan penelitian yang diteliti.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian Kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angket dan perhitungan. Disajikan dalam bentuk tabel, kemudian data tersebut diproses menggunakan uji statistik. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode survey yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, test, wawancara terstruktur, dan sebagainya. (Sugiyono, 2019).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang belum diolah yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari PT. Midea Planet Indonesia Cabang Medan. Data sekunder merupakan sumber data penelitian secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip

3.3. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi Menurut Sugiyono (2012:117) adalah “Wilayah generalisasi (umum) yang terdiri atas: Obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karateristik tetentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para konsumen yang membeli produk AC Midea di PT Midea Planet Indonesia cabang Medan.

2. Sampel

Menurut Morissan (2015:109) sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan anggota populasi yang bersifat representatif. Pengambilan sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik sampel probabilitas (*probability sampling*) dengan metode penarikan sampel acak sederhana (*simple random sampling*).

Sampel probabilitas (*probability sampling*) merupakan suatu sampel yang dipilih sedemikian rupa dari populasi sehingga masingmasing anggota populasi memiliki probabilitas atau peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Sedangkan penarikan sampel acak sederhana (*simple random sampling*) adalah pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Suharyadi dan Purwanto, 2011:8).

Menurut Gay dan Diehl (Emzir, 2008:41) menyatakan 30 subjek dipandang sebagai ukuran sampel yang minimal yang dapat diterima. Begitu juga menurut Roscoe dalam Sugiono (2010:131) menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500.

Dengan demikian diharapkan sampel yang terpilih dapat digunakan untuk mendukung karakteristik populasi secara objektif. Teknik probabilitas ini bertujuan mendapatkan data seakurat mungkin agar diketahui jarak pasti dari kondisi ideal. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan presentase kelonggaran sebesar 5% atau 0,05 dengan rumus:

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Taraf Kesalahan (*error*) sebesar 0.10 (10%)

Untuk memudahkan dalam melakukan penelitian, maka ditetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk AC Midea di PT. Midea Planet Indonesia cabang Medan.

3.4. Defenisi Operasional Variabel dan Aspek Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau memspesifikasikan kegiatan atau memberikan suatu oprasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2019). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Sugiyono (2019). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Electronic Word of Mouth* (X1), *Brand Image* (X2), dan *Brand Trust* (X3). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

Variabel-variabel tersebut kemudian dikembangkan menjadi beberapa indikator, yang selanjutnya indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi beberapa item pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala Likert.

Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel dan Aspek Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1.	<i>Electronic Word of Mouth</i> (X1)	Menurut Thuraudkk. Dalam Lestari dan Gunawan (2021), bahwa <i>electronic word of mouth</i> adalah pernyataan positif dan negatif yang dikemukakan oleh konsumen lama kepada khalayak umum tentang suatu produk melalui jaringan internet.	Menurut (Reyes-Menendez et al., 2019) <i>e-wom</i> dibagi dalam tiga dimensi indikator yaitu: 1. <i>Intensity</i> 2. <i>Valence Of Opinion</i> 3. <i>Content</i>	Likert
2.	<i>Brand Image</i> (X2)	Mujid & Andrian (2021) menerangkan bahwa <i>brand image</i> merupakan kesan yang tertanam dalam isi kepala pembeli pada <i>brand</i> tertentu baik berupa barang maupun jasa.	Menurut Biel dalam Firmansyah, (2019) <i>brand image</i> terdiri dari tiga indikator yakni : 1. <i>Corporate Image</i> 2. <i>User Image</i> 3. <i>Product Image</i>	Likert
3.	<i>Brand Trust</i> (X3)	<i>Brand Trust</i> didefinisikan sebagai keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan risiko-risiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif, (Muslim et al., 2020).	Indikator <i>Brand Trust</i> Menurut (Delgado et al., 2021) ada dua indikator variabel yang memengaruhi <i>Brand Trust</i> 1. <i>Brand Reliability</i> 2. <i>Brand Intentions</i>	Likert

**Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel dan Aspek Pengukuran Variabel
(Lanjutan)**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut (Bafadhal samira Aniesa, 2020) pengertian keputusan pembelian merupakan sebuah keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli, berapa banyak yang akan dibeli dan bagaimana cara melakukan pembelian yang akan dilakukan.lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset (Hery, 2018:193).	Menurut Kotler dan Keller (dalam Melati dan Dwijayanti, 2020) diantaranya : 1. Pilihan produk. 2. Pilihan merek. 3. Pilihan penjual. 4. Jumlah pembelian produk. 5. Waktu pembelian produk. 6. Cara pembayaran.	Likert

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019:193). Riset kuantitatif memiliki beberapa metode pengumpulan data seperti survei yang mencakup survei melalui telepon, survei surat, dan survei internet. Pada metode ini, pertanyaan yang diajukan bersifat tetap (statis) atau sudah terstandar. Semua responden menerima pertanyaan yang sama dan tidak akan ada kesempatan untuk mengajukan pertanyaan susulan. Metode

pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penyebaran kuesioner/survei pada responden, yaitu konsumen yang membeli produk AC Midea di PT Midea Planet Indonesia. Dengan kuesioner secara personal peneliti dapat berhubungan langsung dengan responden dan dapat memberikan penjelasan seperlunya. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh dari hasil kuesioner tentang pengaruh *electronic word of mouth*, *brand image*, *brand trust* yang disebarkan kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Data dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner (angket) oleh responden. Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang bersumber dari tiap-tiap indikator variabel penelitian.

Pertanyaan-pertanyaan pada angket dibuat dengan skala Likert. Pada skala Likert, peneliti harus merumuskan sejumlah pertanyaan mengenai suatu topik tertentu, dan responden diminta memilih apakah ia sangat setuju, setuju, ragu-ragu/tidak tahu/netral/cukup setuju, tidak setuju atau sangat tidak setuju dengan berbagai pertanyaan tersebut. Setiap pilihan jawaban memiliki bobot yang berbeda, dan seluruh jawaban responden dijumlahkan berdasarkan bobotnya sehingga menghasilkan suatu skor tunggal mengenai suatu topik tertentu.

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Bobot
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-ragu (RR)	3

Tabel 3.3 Skala Likert (Lanjutan)

No	Jenis Jawaban	Bobot
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Skala likert dikatakan ordinal karena pernyataan Sangat Setuju mempunyai tingkat atau preferensi yang lebih tinggi dari Setuju dan Setuju lebih tinggi dari Cukup Setuju atau Netral.

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, seperti lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2019:193). Data itu biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan atau dokumen penelitian terdahulu. Data sekunder disebut juga data tersedia. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari literatur-literatur, jurnal-jurnal penelitian, data dokumen, maupun informasi dari media cetak maupun *online* melalui internet yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.6. Uji Instrumen Penelitian

Metode uji kuisisioner digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji validitas dan uji realibilitas dibantu oleh program SPSS atau alternative lain dengan Microsoft Excel. Sebelum melakukan penyebaran kuisisioner, kuisisioner harus di uji terlebih dahulu dengan menyebar item kuisisioner kepada 100 responden terlebih dahulu untuk mendapatkan kelayakan item kuisisioner, dengan tahap-tahap sebagai berikut:

3.6.1. Uji Validitas

Penyajian Menurut Saptutyningasih dan Setyaningrum (2019) validitas merupakan ketepatan alat ukur dalam mengukur suatu objek. Validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik tes pengukuran dalam mengukur objek yang seharusnya diukur. Instrument yang dinilai valid apabila alat yang digunakan dapat dengan baik mengukur objek ukur. Oleh karena itu, alat yang valid adalah alat yang tepat untuk mengukur objek yang akan diukur.

Dalam uji validitas, setiap item akan diuji korelasinya dengan skor total variabel. Pengujian validitas menggunakan ketentuan jika signifikansi dari r hitung atau r hasil $> r$ tabel maka item variabel disimpulkan valid, dan apabila r hitunh atau r hasil $< r$ tabel maka item variabel disimpulkan tidak valid.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel *Electronic Word of Mout* (X1)

No.	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Corralation (r-hitung)</i>	r-Tabel	Kesimpulan
1	Saya tidak mementingkan review dari konsumen lain untuk memastikan saya membeli produk yang tepat	0,797	0,361	VALID
2	Saya membeli produk elektronik Midea karean terdapat banyak komentar maupun tanggapan yang disampaikan dari konsumen di media sosial	0,765	0,361	VALID

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel *Electronic Word of Mout* (X1)
(Lanjutan)**

No.	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Corralation</i> (r-hitung)	r- Tabel	Kesimpulan
3	Saya membeli produk elektronik Midea karena selalu mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun meskipun banyak pesaing baru bermunculan.	0,474	0,361	VALID
4	Saya membeli produk elektronik Midea berdasarkan pandangan konsumen yang membeli sebelumnya.	0,766	0,361	VALID
5	Saya membeli produk elektronik Midea karena karyawan memberikan pelayanan prima	0,714	0,361	VALID
6	Saya membeli produk elektronik Midea karena merek adalah positif atau negatif yang dibuat konsumen dalam siklus jejaring sosial.	0.743	0,361	VALID
7	Saya berminat membeli produk elektronik Midea karena banyaknya komentar positif dan rekomendasi orang lain melalui sosial media	0,728	0,361	VALID

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel *Electronic Word of Mout* (X1)
(Lanjutan)

No.	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Corralation (r-hitung)</i>	r-Tabel	Kesimpulan
8	Saya mendapatkan informasi mengenai produk, harga, kualitas, dan keamanan produk elektronik Midea melalui konten	0,631	0,361	VALID
9	Saya percaya pada informasi review produk elektronik Midea yang disampaikan konsumen lain di konten media sosial	0.840	0,361	VALID
10	Saya merasa merek Midea mudah dikenali melalui media sosial di mana saja.	0,684	0,361	VALID

Sumber: Data Diolah Penulis SPSS (2023)

Pada Tabel 3.4 seluruh butir pertanyaan dari variabel *Electronic Word of Mout* memiliki nilai r hitung > r tabel (0,361) sehingga dapat kesimpulan bahwa seluruh pernyataan adalah valid. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item adalah valid dan siap untuk disebarkan kepada responden ketika riset di lapangan.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Image* (X2)

No.	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Corralation (r-hitung)</i>	r-Tabel	Kesimpulan
1	Bagi saya produk elektronik Midea memiliki reputasi yang baik	0,493	0,361	VALID

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Image* (X2) (Lanjutan)

No.	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Corralation</i> (r-hitung)	r-Tabel	Kesimpulan
2	Bagi saya produk elektronik Midea memiliki kualitas yang baik	0,437	0,361	VALID
3	Bagi saya produk elektronik Midea memiliki nilai lebih dibandingkan produk lainnya	0,470	0,361	VALID
4	Dengan menggunakan produk elektronik Midea membuat saya semakin yakin bahwa memiliki kualitas yang baik	0,401	0,361	VALID
5	Bagi saya produk elektronik Midea mempunyai merek yang sudah terkenal	0,414	0,361	VALID
6	Bagi saya produk elektronik Midea memiliki banyak rangkaian yang sesuai dengan kebutuhan konsumen	0,561	0,361	VALID
7	Saya membeli produk elektronik Midea karena desain produk lebih menarik dibandingkan dengan produk elektronik lainnya	0,521	0,361	VALID
8	Saya membeli produk elektronik Midea memiliki kualitas yang baik	0,624	0,361	VALID

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Image* (X2) (Lanjutan)

No.	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Corralation (r-hitung)</i>	r-Tabel	Kesimpulan
9	Saya membeli produk elektronik Midea karena sudah terkenal di kalangan masyarakat Indonesia	0,631	0,361	VALID
10	Saya tertarik pada elektronik Midea karena mudah diperoleh dimana saja	0,558	0,361	VALID

Sumber: Data Diolah Penulis SPSS (2023)

Pada Tabel 3.5 seluruh butir pertanyaan dari variabel *Brand Image* memiliki nilai r hitung > r tabel (0,361) sehingga dapat kesimpulan bahwa seluruh pernyataan adalah valid. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item adalah valid dan siap untuk disebarkan kepada responden ketika riset di lapangan.

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Trust* (X3)

No.	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Corralation (r-hitung)</i>	r-Tabel	Kesimpulan
1	Saya merasa produk elektronik Midea dapat digunakan lebih dari 20 tahun	0,706	0,361	VALID
2	Saya merasa produk elektronik Midea sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan	0,691	0,361	VALID

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Trust* (X3) (Lanjutan)

No.	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Corralation</i> (r-hitung)	r-Tabel	Kesimpulan
3	Saya merasa body produk elektronik Midea menarik perhatian	0,565	0,361	VALID
4	Saya merasa spare parts yang digunakan produk elektronik Midea dapat bertahan lama/tidak gampang rusak	0,717	0,361	VALID
5	Saya merasa pemilihan warna produk elektronik Midea inovatif	0,728	0,361	VALID
6	Saya merasa merek produk elektronik Midea sudah dikenal banyak orang	0,617	0,361	VALID
7	Saya merasa produk elektronik Midea memberikan kesan positif kepada konsumen	0,490	0,361	VALID
8	Saya merasa produk elektronik Midea dikembangkan di pabrik yang berteknologi tinggi	0,609	0,361	VALID
9	Saya merasa produk elektronik Midea mempunyai ciri khas di setiap produk	0,699	0,361	VALID

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Trust* (X3) (Lanjutan)

No.	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Corralation (r-hitung)</i>	r-Tabel	Kesimpulan
10	Saya percaya bahwa elektronik Midea akan selalu melakukan berbagai pengembangan produknya untuk memuaskan kebutuhan konsumen	0,464	0,361	VALID

Sumber: Data Diolah Penulis SPSS (2023)

Pada Tabel 3.6 seluruh butir pertanyaan dari variabel *Brand Trust* memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,361) sehingga dapat kesimpulan bahwa seluruh pernyataan adalah valid. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item adalah valid dan siap untuk disebarkan kepada responden ketika riset di lapangan.

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Corralation (r-hitung)</i>	r-Tabel	Kesimpulan
1	Produk elektronik Midea adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan saya	0,662	0,361	VALID
2	Saya meyakini dengan produk yang akan saya beli	0,636	0,361	VALID
3	Saya mencari informasi merek lain sebelum membeli produk elektronik Midea	0,749	0,361	VALID

**Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)
(Lanjutan)**

No.	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Corralation (r-hitung)</i>	r- Tabel	Kesimpulan
4	Meskipun bukan kebutuhan pokok, tetapi saya akan tetap membeli produk elektronik Midea	0,421	0,361	VALID
5	Saya melakukan penilaian terhadap tempat penyalur produk elektronik Midea sebelum melakukan pembelian produk	0,420	0,361	VALID
6	Saya membeli produk elektronik Midea karena mudah ditemukan, baik di <i>online store</i> ataupun di <i>offline store</i>	0,459	0,361	VALID
7	Saya membeli produk elektronik Midea sesuai dengan jumlah yang saya inginkan	0,668	0,361	VALID
8	Saya memilih produk elektronik Midea dilihat dari jumlah pembelian konsumen lain	0,711	0,361	VALID
9	Saya memutuskan untuk membeli produk elektronik Midea di waktu tertentu yang saya inginkan	0,695	0,361	VALID

**Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)
(Lanjutan)**

No.	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Corralation (r-hitung)</i>	r- Tabel	Kesimpulan
10	Saya membeli produk elektronik Midea secara <i>cash</i> (kontan)	0,690	0,361	VALID

Sumber: Data Diolah Penulis SPSS (2023)

Pada Tabel 3.7 seluruh butir pertanyaan dari variabel Keputusan Pembelian memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,361) sehingga dapat kesimpulan bahwa seluruh pernyataan adalah valid. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item adalah valid dan siap untuk disebarkan kepada responden ketika riset di lapangan.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Dalam pengujian statistik SPSS, uji reliabilitas bertujuan untuk melihat tingkat konsistensi dari angket yang dipergunakan seorang peneliti agar angket dapat di pertanggung jawabkan, meskipun penelitian dilakukan secara berulangulang dengan angket yang sama. Pengujian menggunakan alat bantu software, Uji Reliabilitas *Alpha Cronbach's* menggunakan SPSS.

Uji Reliabilitas dalam hal ini merujuk pada hasil *Alpha Cronbach's* yang dihasilkan pada output SPSS. Sebagaimana dasar pada pengujian statistik yang lainnya, hasil dari Uji Reliabilitas *Alpha Cronbach's* merujuk pada dasar menentukan keputusan yang telah diusulkan.

Untuk mengambil sebuah keputusan dalam pengujian reliabilitas apabila nilai Alpha lebih besar dari r tabel sehingga item- item kuisisioner yang dipergunakan dinyatakan konsisten alias reliabel, sebaliknya apabila nilai Alpha kurang dari r tabel maka item kuisisioner dinyatakan tidak konsisten atau tidak reliabel.

Di dasari dari pengujian yang sudah di lakukan perlu melihat seberapa besar tinggi rendahnya reliabilitas instrument untuk melihat kualitas dari instrument itu sendiri dengan melihat nilai dari *Alpha Cronbach's*. Jika nilai semakin tinggi maka nilai semakin baik atau instrument dapat di pertanggung jawabkan. Dalam hal ini, untuk mengetahui tingkat nilai rendahnya reliabilitas sebuah instrumen digunakan kategori sebagai berikut:

Tabel 3.8 Nilai Tingkat Reliabilitas *Cronbach's Alpha*

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0.0 – 0.20	Kurang Tinggi
>0.20 – 0.40	Agak Tinggi
>0.40 – 0.60	Cukup Tinggi
>0.60 – 0.80	Tinggi
>0.80 – 1.00	Sangat Tinggi

Menurut Rubera dan Eisingerich nilai tingkat kredibel *Cronbach's Alpha* minimal ialah setara 0,70. Terdapat dua hal sebagai alasan peneliti dalam menentukan batas kredibel *Alpha Cronbach's* minimal 0,70. Pertama, *Alpha Cronbach's* yang andal 0,70, dapat memberikan kontribusi untuk konsistensi mendalam. Rata-rata nilai varians dan realibilitas gabungan melebihi ambang batas yang

dianjurkan. Kedua karena *Alpha Cronbach's* digunakan untuk mengukur kredibilitas dari indikator- indikator yang dipergunakan dalam bentuk kuesioner penelitian.

Dari penelitian yang telah penulis lakukan, maka dapat diperoleh hasil validitas dari kuisisioner yang telah disebarkan pada masyarakat Belawan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	R-teori	Kriteria
1.	<i>Electronic Word of Mouth</i>	0,916	0,60	<i>Reliable</i>
2.	<i>Brand Image</i>	0,792	0,60	<i>Reliable</i>
3.	<i>Brand Trust</i>	0,888	0,60	<i>Reliable</i>
4.	Keputusan Pembelian	0,875	0,60	<i>Reliable</i>

Sumber: Data Diolah Penulis SPSS (2023)

Dari hasil pengolahan data didapatkan nilai keseluruhan setiap variabel *cronbach's alpha* > dari 0,60 maka konstruk pertanyaan dalam kuisisioner dinyatakan reliable dengan tingkat reliabilitas yang tinggi. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien (Cronch Alpha) untuk variabel *Electronic Word of Mouth* (X1) yaitu sebesar $0,916 > 0,60$. Variabel *Brand Image* (X2) yaitu sebesar $0,792 > 0,60$. Variabel Variabel *Brand Trust* (X3) yaitu sebesar $0,888 > 0,60$. Variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar $0,875 > 0,60$. Dengan demikian dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan seluruh variabel adalah reliable (layak).

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial (Sugiyono, 2015).

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul. Data yang terkumpul harus ada adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistika deskriptif dapat digunakan bila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel, dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil (Sugiyono, 2015).

3.8. Uji Asumsi Klasik

3.8.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis berdistribusi normal atau tidak Sugiyono (2010). Teknik yang digunakan yaitu dengan analisis *kolmogorov-smirnov*. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah:

- a) Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka hal ini berarti data tersebut berdistribusi secara normal.

- b) Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka hal ini berarti data tersebut berdistribusi secara tidak normal.

3.8.2. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji suatu model apakah dalam model sebuah regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Untuk menguji multikoliniearitas dengan cara melihat nilai VIF (*variance inflation*) masingmasing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikoliniearitas.

3.8.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan kepengamatan lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel tidak bebas (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scarplot antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residualnya (Y prediksi - Y sesungguhnya).

Dasar analisisnya sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9. Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linier adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari variabel dependen (Kazmier, 2015). Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu *Electronic Word of Mouth* (X1) dan *Brand Image* (X2) dan *Brand Trust* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk AC Midea di PT Midea Planet Indonesia. Persamaan regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$b_1b_2b_3$ = Koefisien variabel independen

x_1 = *Electronic Word of Mouth*

x_2 = *Brand Image*

x_3 = *Brand Trust*

e = *Error*

3.10. Pengujian Hipotesis Penelitian

3.10.1. Uji Signifikan Individual (Uji-t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Bila nilai signifikan $t < 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b) Bila nilai signifikan $t > 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.10.2. Uji Statistik F (Uji simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen/terikat. Apabila nilai F -hitung $> F$ -tabel maka dinyatakan signifikan. Atau signifikan apabila dibawah 0,05 yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

3.10.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Semakin besar nilai R maka hubungan antara variabel X dan Y semakin erat.

Menurut Gujarati (2017) untuk melihat besarnya pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = \text{Zero Order } X \beta X 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

Zero Order = Koefisien Kolerasi

B = Koefisien Beta

Untuk melihat seberapa besar tingkat variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan digunakan Koefisien Determinasi (Kd) Menurut V. Wiratmaja Sujarweni (2015) Rumus determinasi sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Kolerasi

Koefisien Determinasi (Kd) merupakan kuadrat dari koefisien kolerasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Nilai Kd yang kecil kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu *Electronic Word of Mouth*, *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian dinyatakan dalam presentasi. Proses pengolahan data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan bantuan *Program for Sosial Socience* (SPSS).