

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini berjenis *explanatory research* dengan menggunakan metode penelitian yaitu kuantitatif. Menurut Rusidi dalam (Suryana, 2010, hal. 19) *explanatory research* atau penelitian penjelasan adalah penelitian yang menitik beratkan pada hubungan tiap variabel dengan penyusunan kerangka pemikiran terlebih dulu, lalu perumusan hipotesis. Sugiyono (2018, hal. 8) memaparkan riset kuantitatif yaitu riset yang berlandaskan pada dasar filsafat positivisme, yang mempelajari suatu populasi ataupun sampel tertentu, dimana sampel diambil secara random, dan pengumpulan informasinya memakai instrumen riset, informasi kemudian dianalisis secara kuantitatif ataupun statistik untuk menguji hipotesis yang sudah dibuat.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di kampus UIN Antasari Banjarmasin, Jalan A. Yani Km. 4,5, Kelurahan Kebun Bunga, Banjarmasin Timur, Kalimantan Selatan 70235.

#### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi aktif yang menempuh program studi S1 di UIN Antasari Banjarmasin. Sedangkan Objek dari penelitian

ini adalah pengaruh religiusitas, kepercayaan konsumen dan *electronic word of mouth* terhadap *brand switching* produk kosmetik Emina.

#### **D. Data dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut:

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data atau informasi yang diperoleh dari hasil di lapangan, data tersebut merupakan data yang harus diolah terlebih dahulu (Sugiyono, 2018, hal. 9). Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa informasi hasil jawaban responden dari kuesioner yang dibagikan peneliti, berisikan nama, fakultas, jurusan, angkatan, merek kosmetik yang digunakan sebelumnya, produk kosmetik Emina yang sedang digunakan, *platform* media sosial yang sering diakses, dan tanggapan responden.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data atau informasi yang merupakan bentuk dokumentasi, atau disebut juga data yang sudah jadi dan tidak perlu diolah (Sugiyono, 2018, hal. 9). Data sekunder yang dibutuhkan yaitu buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan penelitian.

Adapun yang menjadi sumber penelitian ini diantaranya berasal dari:

- a. Responden, yaitu mahasiswi aktif yang menempuh program studi S1 di UIN Antasari Banjarmasin .

- b. Dokumen-dokumen yang menunjang data penelitian, yaitu buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan penelitian.

### **E. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang efisien, yaitu dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis bersifat tertutup maupun terbuka untuk dijawab oleh responden penelitian, baik diberikan secara langsung ataupun dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2018, hal. 199).

2. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2013, hal. 201) saat melakukan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki sumber-sumber tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan, catatan harian, dan sebagainya.

### **F. Skala Pengukuran**

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert ialah skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap butir pernyataan yang diukur menggunakan kategori dengan

skor tertinggi sampai terendah, terdapat lima pilihan jawaban beserta skornya, yaitu (Sugiyono, 2018, hal. 146):

Tabel I  
Skala Likert

<b>Kategori</b>	<b>Skor</b>
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

### **G. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Instrumen penelitian mengukur fenomena yang diteliti dalam penelitian, fenomena ini disebut variabel penelitian. Jumlah instrumen penelitian tergantung kepada jumlah variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti (Sugiyono, 2018, hal. 156). Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu religiusitas, kepercayaan konsumen, dan *electronic word of mouth*, dan satu variabel dependen yaitu *brand switching*, sehingga instrumen penelitian dalam penelitian ini berjumlah empat. Instrumen penelitian disusun sedemikian rupa ke dalam bentuk kuesioner berupa pernyataan yang nantinya akan diajukan kepada responden untuk dijawab.

Tabel II  
Aitem Pertanyaan

Variabel	Indikator	Teori
Religiusitas (X1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dimensi Keyakinan</li> <li>2. Dimensi Ibadah</li> <li>3. Dimensi perasaan</li> <li>4. Dimensi pengetahuan agama</li> <li>5. Dimensi konsekuensi agama.</li> </ol>	C.Y Glok dan R. Stark dalam (Hafiz, 2017, hal. 25)
Kepercayaan konsumen (X2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepercayaan (<i>Trust</i>)</li> <li>2. Dapat diandalkan atau keandalan (<i>Reliable</i>),</li> <li>3. Jujur (<i>Honest</i>)</li> <li>4. Keamanan</li> </ol>	Chaudhuri dan Holbrook dalam (Agustin, Saridewi, & Kusasi, 2018, hal. 2)

	( <i>Safe</i> )	
<i>Electronic word of mouth</i> (X3)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Intensitas</li> <li>2. Konten</li> <li>3. Pendapat positif</li> <li>4. Pendapat negatif</li> </ol>	Goyette et al. dalam (Hastina, 2017, hal. 18)
<i>Brand swithcing</i> (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keinginan untuk berpindah ke merek lainnya</li> <li>2. Ketidaksediaan menggunakan kembali merek yang sama</li> <li>3. Keinginan untuk mempercepat penghentian penggunaan</li> </ol>	Ganesh, Arnold dan Reynold dalam (Tamamah, 2019, hal. 28)

Sumber: Data diolah, 2020.

## H. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,

2018, hal. 127). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi aktif yang menempuh program studi S1 di UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan produk kosmetik Emina.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut karena apabila populasi dalam jumlah yang besar peneliti tidak mungkin mempelajari semua dalam waktu yang singkat karena keterbatasan dana tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu sendiri kemudian kesimpulan yang didapat dari pengujian terhadap sampel tersebut akan dapat diberlakukan untuk populasi untuk itu sampel harus diambil secara benar agar dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2018, hal. 128).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling* karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Menurut Sugiyono (2018, hal. 138) *accidental sampling* adalah teknik penarikan sampel secara kebetulan, jadi siapa saja orang yang dirasa cocok sebagai sumber data, maka, orang tersebut bisa ditarik menjadi sampel penelitian. Sampel dalam penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti yaitu siapa saja yang merupakan mahasiswi aktif yang menempuh program studi S1 di UIN Antasari Banjarmasin, dan ia sebelumnya pernah menggunakan produk kosmetik merek lain kemudian beralih menggunakan produk kosmetik merek Emina.

Roscoe dalam (Sugiyono, 2018, hal. 150) menuturkan apabila suatu penelitian dalam menganalisis datanya menggunakan analisis multivariate (korelasi atau regresi linier berganda misalnya), maka jumlah minimal anggota sampel penelitian adalah minimal 10 kali dari total variabel yang digunakan dalam penelitian (variabel independen dan variabel dependen). Penelitian ini menggunakan 4 variabel yang terdiri dari 3 variabel independen yakni religiusitas (X1), kepercayaan konsumen (X2), *electronic word of mouth* (X3), dan 1 variabel dependen yakni *brand switching* (Y). Anggota minimal sampel penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut.

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= 10 \times \text{total variabel penelitian} \\ &= 10 \times 4 = 40\end{aligned}$$

Jadi, sekurang-kurangnya sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 orang responden. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh 80 orang responden, yang artinya jumlah sampel penelitian melampaui batas minimal dan sejalan dengan teknik *sampling* yang digunakan.

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur apa yang diukur. Uji validitas berfungsi untuk mengetahui apakah ada butir pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak

relevan. Pengujian dilakukan secara statistik, bisa manual atau dengan *software* SPSS (Umar, 2008, hal. 166).

Menurut Sugiyono suatu aitem dapat dikatakan valid atau tidak, dapat diketahui dengan cara (Asnawi & Masyhuri, 2011, hal. 169):

- 1) melakukan perbandingan antara nilai korelasi  $r$  hitung atau  $r$  pearson dengan nilai  $r$  tabel. Apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel maka butir pertanyaan tersebut valid, jika sebaliknya maka tidak valid.
- 2) melakukan perbandingan nilai signifikansi yaitu 5% atau 0,05. Apabila nilai signifikansi aitem lebih kecil dari 0,05 maka butir pertanyaan tersebut valid, jika sebaliknya maka tidak valid.

Jika butir instrumen tersebut tidak valid maka harus dihapus atau diperbaiki.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya atau dapat diandalkan sehingga apabila digunakan sebagai alat pengumpul data instrumen tersebut dapat bekerja dengan baik. Apabila variabel yang diteliti memiliki *cronbach alpha* lebih dari 60% atau 0,60 maka variabel tersebut dikatakan reliabel (Asnawi & Masyhuri, 2011, hal. 171).

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebagai syarat sebelum melakukan uji persamaan regresi linear berganda agar mendapatkan hasil yang tidak bias

dan efisien. Berbagai macam uji yang termasuk ke dalam uji asumsi klasik diantaranya adalah:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan pada sebuah model regresi variabel dependen variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal, karena model regresi yang baik adalah model regresi dengan distribusi data normal atau tidak (Ashari, 2005, hal. 231). Pengujian normalitas dilakukan dengan bantuan *software* SPSS 25.0. Adapun metode yang dapat digunakan untuk melakukan menguji normalitas diantaranya dengan menggunakan metode Histogram, Normal P-P Plot, dan Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2018, hal. 177).

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Singgih Santoso dalam (Asnawi & Masyhuri, 2011, hal. 176) uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat adanya korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka itu disebut juga problem multikolinearitas karena model regresi sebaiknya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Pengujian terhadap variabel untuk mengetahui terjadinya multikolinieritas atau tidak dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 25.0 dengan melihat nilai *variance inflation factor (VIF)*. Dimana, jika nilai *tolerance* menunjukkan angka  $\geq 0,1$  dan nilai  $VIF \leq 10$  maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi (Ghozali, 2018, hal. 108).

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi perbedaan variance dari residual sebuah pengamatan dengan pengamatan lainnya, dan model regresi yang baik yaitu yang tidak terdeteksi gejala heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan *software* SPSS 25.0 dengan Rank Spearman memerhatikan nilai signifikansi hasil masing masing variabel (Ghozali, 2018, hal. 138).

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda atau *multiple regression* menurut Santosa dan Ashari dalam (Asnawi & Masyhuri, 2011, hal. 181) adalah persamaan regresi yang menggunakan dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) untuk mengukur tingkat pengaruh yang diberikan variabel bebas kepada variabel terikat. Bentuk analisis regresi linier berganda dimuat ke dalam sebuah persamaan regresi seperti berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

$Y$  = *Brand Switching*

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi variabel religiusitas

$\beta_2$  = Koefisien regresi variabel kepercayaan konsumen

$\beta_3$  = Koefisien regresi variabel *electronic word of mouth*

$\varepsilon$  = *Error*

Perhitungan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS versi 25.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen yang ditentukan tersebut bisa menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada antara 0 dan 1. Apabila nilai koefisien determinasi besar yaitu mendekati 1 atau sama dengan 1, maka variabel independen dianggap mampu memberikan hampir semua informasi terkait variabel dependen. Sedangkan apabila nilai koefisien determinasi kecil, maka kemampuan variabel independen tersebut amat terbatas dalam menjelaskan informasi terkait variabel dependen (Ghozali, 2011, hal. 166).

#### 5. Uji Hipotesis

##### a. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk melihat kemampuan pengaruh variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) secara bersama-sama terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Cara pengujian hipotesis uji simultan untuk menentukan penolakan dan penerimaan  $H_0$  dan  $H_a$ .

##### 1) Berdasarkan nilai F

- a) Jika nilai F hitung  $\geq$  F tabel, maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima.

b) Jika nilai  $F$  hitung  $\leq F$  tabel, maka  $H_0$  diterima sedangkan  $H_a$  ditolak.

2) Berdasarkan nilai signifikansi

a) Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima sedangkan  $H_a$  ditolak.

b) Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima (Asnawi & Masyhuri, 2011, hal. 182).

b. Uji Parsial

Uji parsial dilakukan untuk melihat masing-masing variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) dalam mempengaruhi variabel dependen ( $Y$ ). Berikut ini cara pengujian hipotesis uji parsial untuk menentukan penolakan dan penerimaan  $H_0$  dan  $H_a$ .

1) Berdasarkan nilai  $T$

a) Jika nilai  $T$  hitung  $\geq T$  tabel, maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima.

b) Jika nilai  $T$  hitung  $\leq T$  tabel, maka  $H_0$  diterima sedangkan  $H_a$  ditolak.

2) Berdasarkan nilai signifikansi

a) Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima sedangkan  $H_a$  ditolak.

b) Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima (Asnawi & Masyhuri, 2011, hal. 183).