BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif (hubungan). Sugiyono menegaskan bahwa penelitian asosiatif ialah pendekatan yang ditujukan untuk merumuskan masalah penelitian dengan melihat keterkaitan di antara dua atau lebih variabel. Penelitian ini menghubungkan variabel berupa variabel independen (reputasi toko dan *word of mouth*) serta pengaruhnya tehadap variabel dependen (preferensi konsumen).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono mengemukakan penelitian kuantitatif ialah metode yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang bertujuan mengkaji populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian, analisis data menggunakan teknik kuantitatif ataupun statistik, yang bertujuan guna mengkaji hipotesis yang sebelumnya telah dirumuskan (Sugiyono, 2024).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Warung Telur Mata Gajah Amrozi, yang berada di Jalan Pemuda, Sampit, Kalimantan Tengah. Lokasi ini diambil karena peneliti ingin menganalisis bagaimana pengaruh reputasi toko dan *word of mouth* terhadap preferensi konsumen pada makanan tradisional Telur Mata Gajah Amrozi khas Sampit Kalimantan Tengah.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

   Populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini mencakup seluruh konsumen Telur Mata Gajah Amrozi Sampit. Namun, jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat ditentukan secara pasti karena konsumen bersifat tidak tetap dan datang secara fluaktif, serta adanya perubahan jumlah konsumen dari waktu ke waktu. Dengan demikian, populasi penelitian ini dikategorikan sebagai populasi infinitif.

2. Sampel

   Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Metode ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh sebab itu, sampel dibatasi pada konsumen yang memenuhi kriteria tertentu, yaitu konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi makanan tradisional Telur Mata Gajah Amrozi khas Sampit, Kalimantan Tengah. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti, karena konsumen Telur Mata Gajah Amrozi bersifat tidak tetap dan datang secara fluktuatif. Dengan kata lain, jumlah konsumen dapat berubah-ubah setiap waktu sehingga sulit untuk menentukan besarnya populasi secara pasti. Oleh karena itu, dalam menentukan jumlah sampel penelitian digunakan rumus Lemeshow, karena rumus ini sesuai digunakan pada populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{d^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 \times 0{,}5 \times 0{,}5}{0{,}1^2}$$

$$n = 96{,}04$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diperlukan

Zα= nilai standar untuk kepercayaan (50%)

P = perkiraan populasi

Q = 1-P

d = tingkat kesalahan (10%)

Sehingga berdasarkan rumus Lemeshow, jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 96,04 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden. Oleh karena itu, sebanyak 100 kuesioner akan dibagikan kepada konsumen Telur Mata Gajah Amrozi khas Sampit, Kalimantan Tengah.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan cara *purposive sampling,* yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi

makanan tradisional Telur Mata Gajah Amrozi khas Sampit, Kalimantan Tengah.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

   Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya, yaitu objek penelitian atau responden.

2. Sumber Data

   Sumber data dalam penelitian ini ialah konsumen Telur Mata Gajah Amrozi khas Sampit Kalimantan Tengah.

F. Variabel dan Indikator

Dalam penelitian ini, terdapat tiga jenis variabel, yaitu variabel terikat (dependen) ialah variabel yang nilainya bergantung pada variabel lain, serta variabel bebas (independen) yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

Tabel 3. 1. Variabel dan Indikator

Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
Reputasi Toko (X1)	Reputasi toko merupakan persepsi konsumen terhadap merek atau toko yang dibangun melalui citra dan pengalaman konsumen, sejalan	a. Kompetensi toko b. Keunggulan toko c. Kepercayaan pelanggan terhadap toko d. Pengalaman toko	Skala *Likert*

	dengan konsep *brand equity* yang dikemukakan oleh (Aaker, 1996)		
Word Of Mouth (X2)	*Word of mouth* merupakan bentuk komunikasi antar konsumen yang muncul berdasarkan pengalaman dalam menggunakan produk atau jasa dan disampaikan kepada pihak lain, baik secara langsung maupun media elektronik, sebagaimana dikemukakan oleh (Kotler, Keller, dan Chernev, 2022)	a. Penerimaan informasi dari konsumen lain b. Kesediaan menyampaikan pengalaman kepada orang lain. c. Rekomendasi kepada pihak lain.	Skala *Likert*
Preferensi konsumen (Y)	Kotler dan Keller menjelaskan bahwa preferensi konsumen merupakan kecenderungan konsumen dalam memilih produk atau jasa tertentu dibandingkan alternatif lain yang didasarkan pada penilaian terhadap atribut produk, harga,	a. Pengalaman b. Kepercayaan terhadap produk c. Kepuasan	Skala *Likert*

	dan kemudahan lokasi penjualan (Kotler, Keller, and Chernev, 2022).		

Sumber: Data Diolah, 2026

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket. Angket ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab (Sugiyono, 2024).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti. Skala Likert digunakan untuk mengetahui sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap suatu objek. Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima kategori penilaian.

Tabel 3. 2. Skala Pengukuran

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data Diolah, 2026

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

   a. Uji Validitas

      Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian ini dilakukan dengan melihat hubungan antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total pada variabel yang bersangkutan (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05.

   b. Uji Reliabilitas

      Uji reliabilitas dilakukan mengevaluasi sejauh mana instrumen penelitian (kuesioner) mampu memberikan data yang konsisten. Instrumen dikatakan reliabel apabila menunjukkan tingkat konsistensi yang tinggi, yang diukur menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Jika nilai alpha > 0.60 maka instrumen tersebut dianggap reliabel, sebaliknya jika nilai alpha < 0.60 instrumen atau indikator tersebut dinyatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

   a. Uji Normalitas

      Uji normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa residual dari model regresi terdistribusi secara normal. Metode yang umum dipakai adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*, yang mana data dianggap normal jika nilai

signifikansi > 0.05. Selain uji statistik, normalitas juga dapat dipakai melalui grafik seperti histogram dan normal P-P Plot.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan mendeteksi apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Keterkaitan yang erat antarvariabel bebas dapat memicu multikolinearitas, yang berpotensi menurunkan keandalan model regresi akibat ketidakstabilan estimasi parameter. Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Suatu model regresi dinyatakan terbebas dari multikolinearitas jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah varians error (residual) berbeda antara pengamatan. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Uji *Glejser*. Apabila nilai signifikansi dari uji *Glejser* lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan menguji pengaruh simultan dan parsial antara reputasi toko dan *word of mouth* (variabel independen) dan preferensi konsumen (variabel dependen). Model regresi yang digunakan mengacu pada dengan persamaan (Ruslan dan Kurbani, 2020):

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + e$$

Keterangan:

Y : Preferensi Konsumen

X1 : Reputasi Tokod

X2 : *Word of Mouth*

α : Konstanta

β : Koefisien regresi masing-masing variabel

e : Error atau residual

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T bertujuan mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Fungsi dari uji ini adalah untuk menganalisis apakah variabel reputasi toko dan *word of mouth* secara individual memberikan pengaruh yang signifikan terhadap preferensi konsumen.

1) Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan adanya pengaruh. Sebaliknya, jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan tidak adanya pengaruh.
2) Jika nilai signifikansi T < 0.05, maka pengujian secara parsial memiliki pengaruh signifikan. Jika sig T > 0.05, maka pengujian secara parsial menunjukkan tidak adanya pengaruh.

b. Uji F (Simultan)

Uji F berguna untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) memberikan pengaruh yang terhadap variabel dependen. Uji ini penting untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memang memiliki hubungan yang signifikan secara keseluruhan.

1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis secara simultan memengaruhi variabel terikat. Sebaliknya, pengujian hipotesis secara simultan tidak berpengaruh pada variabel terikat apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$.
2) Jika nilai sig F < 0,05, maka secara signifikan berpengaruh. Sebaliknya jika sig F > 0,05 maka secara tidak signifikan memengaruhi hipotesis yang diuji.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R *square*) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam suatu model regresi. Nilai R^2 menunjukkan persentase variasi pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model tersebut.

I. Tahapan Penelitian

Adapun beberapa tahapan dalam penelitian ini dapat dianggap sebagai karya ilmiah yang siap untuk diuji. Tahapan tersebut meliputi:

1. Studi Pendahuluan

   Dalam tahap ini, peneliti melakukan identifikasi masalah melalui observasi langsung di lapangan serta telah literatur yang relevan. Informasi yang dikumpulkan mencakup reputasi toko dan *word of mouth* terhadap preferensi konsumen pada makanan tradisional Telur Mata Gajah Amrozi khas Sampit, Kalimantan Tengah.

2. Perumusan Masalah

   Permasalahan utama dalam penelitian ini dirumuskan secara sederhana sebagai berikut: Apakah reputasi toko dan *word of mouth* yang dijalani berpengaruh terhadap preferensi konsumen?

   Untuk membantu menjawab pertanyaan tersebut, peneliti juga mengajukan beberapa submasalah.

   a. Apakah reputasi toko berpengaruh terhadap preferensi konsumen
   b. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap preferensi konsumen
   c. Apakah reputasi toko dan *word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh terhadap preferensi konsumen.

3. Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

   Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen makanan tradisional Telur Mata Gajah Amrozi khas Sampit, Kalimantan Tengah mengenai reputasi toko dan *word of mouth* terhadap preferensi

konsumen. Setelah data terkumpul, pengolahan dilakukan dengan metode statistik sebagai berikut:

a. Uji Validitas dan Reliabilitas
b. Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas)
c. Uji Regresi Linier Berganda
d. Uji T dan Uji F
e. Koefisien Determinasi (R^2)

Seluruh proses analisis data dilakukan menggunakan *software* statistik seperti SPSS atau Excel.

4. Analisis Data

Data dianalisis guna menjawab pertanyaan penelitian dengan pendekatan sebagai berikut:

a. Analisis deskriptif, untuk mengetahui nilai rata-rata dari reputasi toko, *word of mouth* dan preferensi konsumen
b. Analisis kuantitatif, untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh antar variabel melalui berbagai uji statistik.

5. Kesimpulan

Pada tahap akhir, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil temuan yang menjadi jawaban atas rumusan masalah. Kesimpulan tersebut meliputi analisis pengaruh reputasi toko dan *word of mouth* terhadap preferensi konsumen.