

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut Creswell (2014) menyatakan bahwa “*research methods involve the form of data collection, analysis, an interpretation that research proposes for the studies*”. Metode penelitian merupakan serangkaian prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis, serta menginterpretasikan data guna menjawab permasalahan dan mencapai tujuan penelitian (Sugiyono, 2019).

Metode penelitian adalah suatu cara yang dilakukan berdasarkan kaidah ilmiah untuk memperoleh data yang valid, sehingga dapat digunakan dalam mencapai tujuan penelitian serta memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan kajian (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif sebagai metode utamanya. Pendekatan kuantitatif kerap diidentifikasi sebagai metode tradisional karena eksistensinya yang telah lama mapan dalam dunia riset. Selain itu, metode ini bersandar pada fondasi filsafat positivisme sehingga sering disebut metode positivistik. Sifatnya yang ilmiah (*scientific*) didasarkan pada pemenuhan prinsip-prinsip sains, seperti konkret/empiris, objektif, terukur, rasional, serta sistematis. Metode ini juga dikenal dengan istilah metode *discovery* karena potensinya dalam menemukan sekaligus mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi baru. Karakteristik khas dari pendekatan ini terletak pada data yang dikumpulkan berupa representasi angka-angka yang kemudian diuji menggunakan analisis statistik (Sugiyono, 2019).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian didefinisikan sebagai target ilmiah yang dibidik guna menghimpun data empiris. Data tersebut dikumpulkan demi mencapai target dan manfaat spesifik, serta harus memenuhi kriteria objektif, valid, sekaligus terpercaya (*reliable*) terkait suatu fenomena yang dikaji (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti yaitu *Word of Mouth* (WOM) dan Keputusan Pembelian. Variabel *Word of Mouth* (WOM) (X) merupakan variabel bebas (variabel independen) yang mempengaruhi variabel terikat (dependen). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bengkel Hijrah Custom yang terletak di Jl. Rereongan Sarupi no. 91, Ciumbuleuit, Kec. Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat 40142.

3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih selama lima bulan mulai dari bulan Februari 2026 hingga bulan Juni 2026.

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	Bulan					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Penyusunan Proposal						
2	Pengajuan Proposal						
3	Pengerjaan Proposal						
4	Seminar Proposal						
5	Revisi Proposal						
6	Pengolahan Data						
7	Sidang Skripsi						

Sumber: Peneliti

3.4 Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai karakteristik, sifat, atau nilai dari suatu objek, individu, maupun aktivitas yang memiliki keragaman tertentu. Unsur-unsur tersebut sengaja dipilih dan ditentukan oleh peneliti dengan tujuan

untuk dikaji secara mendalam hingga akhirnya dapat menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini memiliki variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2019) variabel independen (bebas) merupakan variabel yang berfungsi sebagai penyebab atau faktor yang memengaruhi perubahan pada variabel dependen (terikat). Di sisi lain, variabel dependen (terikat) adalah variabel yang menjadi akibat atau hasil dari pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (bebas). Berikut adalah operasionalisasi variabel pada penelitian ini:

- 1) *Word of Mouth* (WOM) (X), *Word of Mouth* (WOM) merupakan aktivitas promosi yang direkomendasikan dari mulut ke mulut yang sangat terpercaya karena berasal dari keluarga, teman secara jujur.
- 2) Keputusan Pembelian (Y) merupakan tindakan konsumen untuk memilih dan membeli suatu barang atau jasa berdasarkan penilaian mendalam mengenai kelayakan produk tersebut. Proses ini melibatkan evaluasi komprehensif terhadap seluruh informasi yang relevan guna menentukan pilihan akhir dari berbagai alternatif yang tersedia demi memenuhi kebutuhan pribadi.

Operasional merupakan komponen dalam penelitian yang spesifik menjelaskan metode pengukuran suatu variabel. Dengan kata lain, unsur ini berfungsi sebagai panduan praktis atau petunjuk pelaksanaan teknis bagi peneliti dalam mengukur dan menilai variabel yang sedang dikaji (Sugiyono, 2019).

Proses pengukuran variabel dilakukan dengan cara menguraikannya ke dalam beberapa indikator, di mana tiap-tiap indikator tersebut diturunkan lagi menjadi sub-indikator yang lebih spesifik. Sub-indikator ini kemudian digunakan sebagai acuan dasar atau acuan utama dalam menyusun butir-butir instrumen penelitian yang berbentuk daftar pernyataan di dalam kuesioner. Adapun rincian indikator yang dipakai sebagai landasan penyusunan kuesioner tersebut dapat dicermati pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
1	<i>Word of Mouth</i> (WOM) (X)	<i>Word of Mouth</i> (WOM) merupakan usaha memasarkan suatu produk atau jasa sehingga konsumen bersedia membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan dengan <i>talker, topic, tools, taking part, tracking</i> . secara <i>offline</i> maupun <i>online</i> mengenai pengalaman dalam pembelian atau penggunaan yang mereka rasakan. (Haque-Fawzi. et al., 2022)	1. Membicarakan hal positif 2. Mempromosikan 3. Merekomendasikan (Haque-Fawzi. et al., 2022)	Likert
2	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian konsumen merujuk pada proses mental dan fisik yang dilakukan oleh konsumen untuk memilih dan membeli produk atau jasa tertentu. (Wulandari & Mulyanto, 2024)	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran (Wulandari & Mulyanto, 2024)	Likert

Sumber : Peneliti

3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek maupun subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Populasi tersebut menjadi ruang lingkup penelitian yang akan dipelajari secara menyeluruh sebagai dasar untuk memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasikan (Sugiyono, 2019).

Menurut Corper, Donald, R; Schindler, Pamela S (2003) menyatakan bahwa “*Population is the total collection of element about which we wish to make some inference... A population element is the subject on which the measurement is being taken. It is the unit of study*”. Populasi adalah keseluruhan elemen penelitian yang

menjadi sasaran generalisasi. Setiap elemen populasi merupakan subjek atau unit penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi objek pengukuran untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian (Sugiyono, 2019).

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa dalam suatu penelitian ada jumlah populasi yang diketahui (*finit*) dan populasi yang tidak diketahui jumlahnya (*infini*). Berdasarkan hal tersebut, maka populasi dari penelitian ini adalah pelanggan Bengkel Hijrah *Custom*, namun jumlahnya tidak diketahui (*infini*).

3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Djarwanto (1994) sampel didefinisikan sebagai bagian dari populasi yang dipilih untuk diamati karakteristiknya dalam sebuah studi. Kriteria sampel yang berkualitas terletak pada sifatnya yang representatif, di mana hasil analisis atau kesimpulan yang diperoleh dari kelompok kecil tersebut harus dapat digeneralisasikan secara akurat kepada seluruh anggota populasi (Elvera & Astarina, 2021).

Menurut Sudjana dan Ibrahim (2004), sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki karakteristik yang serupa dengan populasi, sehingga mampu merepresentasikan kondisi populasi secara keseluruhan (Elvera & Astarina, 2021).

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang memiliki karakteristik tertentu sehingga dapat merepresentasikan kondisi populasi secara keseluruhan dalam proses penelitian (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, mengingat jumlah populasi konsumen yang tidak diketahui (*infini*) serta data pelanggan Bengkel Hijrah *Custom* yang tidak banyak, maka penentuan jumlah sampel yang diambil merujuk pada teori Roscoe dalam Sugiyono (2019) menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam sebuah penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 responden. Oleh karena itu, penetapan 30 responden dalam penelitian ini dinilai telah memenuhi batas minimal yang representatif untuk pengujian statistik parametrik.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa kualitas dari data yang diperoleh dalam suatu riset sangat ditentukan oleh dua faktor krusial, yakni kredibilitas alat ukur yang digunakan serta efektivitas proses koleksi datanya. Parameter mutu alat ukur mengacu pada tingkat validitas dan reliabilitas instrumen, sedangkan tolok ukur mutu koleksi data bergantung pada akurasi serta ketepatan metode yang diterapkan selama proses pengumpulan data di lapangan.

Sekalipun sebuah instrumen telah terbukti valid dan reliabel, kualitas data yang dikumpulkan belum tentu valid serta reliabel. Kunci utamanya terletak pada ketepatan penggunaan alat ukur tersebut; jika prosedur pengumpulan datanya keliru, maka data yang diperoleh pun tetap berisiko tidak akurat.

Bila dilihat dari sumber datanya, klasifikasi sumber data dalam penelitian terbagi menjadi dua kategori, yakni sumber primer dan sekunder. Sumber primer merujuk pada asal data yang menyajikan informasi secara langsung kepada pihak peneliti tanpa perantara. Sebaliknya, sumber sekunder merupakan asal data yang diperoleh secara tidak langsung, misalnya melalui perantara individu lain ataupun lewat pemanfaatan dokumen resmi (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Data Primer

a) Wawancara

Teknik wawancara diaplikasikan dalam pengumpulan data apabila peneliti bermaksud melaksanakan studi pendahuluan guna memetakan masalah yang layak diteliti. Di samping itu, metode ini diterapkan untuk memperoleh data yang lebih mendalam dan komprehensif dari narasumber, khususnya dalam penelitian dengan jumlah responden yang

relatif kecil, sehingga informasi yang diperoleh dapat menggambarkan fenomena penelitian secara lebih rinci (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara tatap muka dengan pemilik Bengkel Hijrah *Custom* dan pelanggan Bengkel Hijrah *Custom*.

b) Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilaksanakan melalui penyebaran seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden sebagai instrumen untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian (Sugiyono, 2019).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yaitu pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan dan pernyataan kepada pelanggan Bengkel Hijrah *Custom*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa Skala Likert berfungsi sebagai instrumen untuk menguji sikap, pandangan, serta persepsi individu maupun sekelompok orang terkait suatu fenomena sosial. Dalam penerapannya, variabel riset diuraikan terlebih dahulu ke dalam bentuk indikator-indikator spesifik. Indikator-indikator tersebut kemudian digunakan sebagai acuan dasar dalam merumuskan butir-butir instrumen penelitian, baik yang berbentuk daftar pertanyaan maupun pernyataan kuesioner.

Alternatif jawaban yang digunakan dalam pengukuran dengan skala likert sebagai berikut:

- SS (Sangat Setuju) = skor 5
- S (Setuju) = skor 4
- RG (Ragu-Ragu) = skor 3
- TS (Tidak Setuju) = skor 2
- STS (Sangat Tidak Setuju) = skor 1

c) Observasi

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa Observasi berbeda dengan teknik wawancara dan kuesioner yang berfokus pada komunikasi langsung dengan responden, observasi memiliki karakteristik unik dalam pengumpulan data. Metode ini tidak hanya terbatas pada subjek manusia, melainkan juga dapat diterapkan pada berbagai objek alam lainnya

Menurut Sutrisno Hadi (1986), observasi adalah suatu proses yang kompleks yang melibatkan berbagai mekanisme biologis dan psikologis. Dalam konteks penelitian, observasi dipahami sebagai kegiatan pengamatan yang dilakukan secara terencana dan sistematis terhadap objek atau fenomena penelitian untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian (Elvera & Astarina, 2021). Observasi dilakukan di Bengkel Hijrah *Custom* guna memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian.

2) Data Sekunder

Penulis mengumpulkan data-data serta bahan pustaka dari teori dan sumber yang relevan terhadap permasalahan yang diteliti seperti buku, jurnal dan jelajah internet.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen bertujuan untuk menilai tingkat kesahihan (valid) dan konsistensi (reliabel) suatu alat ukur. Penggunaan instrumen yang teruji ini menjadi kunci utama dalam melahirkan temuan penelitian yang akurat serta dapat dipertanggungjawabkan (Sugiyono, 2019).

Berikut merupakan data instrumen pada penelitian ini :

1. Variabel (X) *Word of Mouth*

a. Indikator : Membicarakan Hal Positif

1. Saya sering mendengar cerita positif dari orang lain mengenai hasil pengerjaan di Bengkel Hijrah *Custom*.

2. Orang-orang di sekitar atau komunitas sering membicarakan kejujuran Bengkel Hijrah *Custom* terkait transparansi biaya.
 3. Saya menerima informasi positif bahwa Bengkel Hijrah *Custom* selalu memberikan solusi desain yang solutif bagi keterbatasan *budget* pelanggannya.
- b. Indikator : Mempromosikan
1. Pelanggan terdahulu secara sukarela mempromosikan keunggulan performa hasil dari Bengkel Hijrah *Custom* kepada pengendara lain.
 2. Saya sering melihat pengguna motor *Custom* mempromosikan atau membagikan video proses pengerjaan Bengkel Hijrah *Custom* di media sosial mereka.
 3. Banyak orang ikut menyebarluaskan informasi keunikan konsep motor buatan Bengkel Hijrah *Custom* saat sedang berkumpul.
- c. Indikator : Merekomendasikan
1. Teman atau anggota komunitas motor selalu menyarankan saya untuk memodifikasi motor di Bengkel Hijrah *Custom*.
 2. Ketika ada yang bingung mencari tempat restorasi motor tua, orang-orang di sekitar dan komunitas saya langsung merekomendasikan Bengkel Hijrah *Custom*.
 3. Adanya rekomendasi kuat dari orang yang saya percayai membuat saya yakin kualitas pengerjaan Bengkel Hijrah *Custom* tidak akan mengecewakan.
2. Variabel (Y) Keputusan Pembelian
- a. Indikator : Pemilihan Produk
1. Saya memutuskan memilih paket modifikasi total (*full-build*) di Bengkel Hijrah *Custom* karena konsep alirannya sesuai dengan karakter saya.
 2. Saya memilih jenis layanan restorasi di Bengkel Hijrah *Custom* karena struktur rangka dan sasis yang dihasilkan terbukti kokoh serta presisi.

3. Saya memutuskan menggunakan jasa kustomisasi di Bengkel Hijrah *Custom* karena variasi modifikasi sesuai dengan keinginan.

b. Indikator : Pemilihan Merk

1. Dari sekian banyak bengkel *Custom* yang ada, pilihan saya tetap jatuh pada Bengkel Hijrah *Custom* karena reputasi yang baik.
2. Saya memilih Bengkel Hijrah *Custom* karena identitas dan nama bengkel ini memberikan rasa bangga tersendiri saat motornya saya kendarai di jalan.
3. Saya tetap memilih Bengkel Hijrah *Custom* dan mempercayakan motor saya di bengkel ini karena percaya pada keahlian tangan pemilik bengkelnya langsung.

c. Indikator : Pemiliha Penyalur

1. Saya memutuskan bertransaksi di Bengkel Hijrah *Custom* karena lokasi mudah diakses.
2. Kondisi lingkungan Bengkel Hijrah *Custom* yang ramah bagi pengunjung membuat saya memilih tempat ini sebagai lokasi pengerjaan proyek motor *custom* saya.
3. Saya melakukan pembelian jasa di Bengkel Hijrah *Custom* ini karena pemilik menyediakan layanan komunikasi yang responsif saat memantau perkembangan unit motor.

d. Indikator : Waktu Pembelian

1. Saya memutuskan segera memulai proyek modifikasi setelah pemilik Bengkel Hijrah *Custom* memberikan kejelasan estimasi biaya dan durasi pengerjaan.
2. Saya menentukan waktu pengerjaan motor *custom* di Bengkel Hijrah *Custom* ini bertepatan dengan momen ketersediaan alokasi dana pribadi saya.
3. Saya langsung melakukan transaksi *booking* antrean di Bengkel Hijrah *Custom* sebelum kapasitas unit yang dikerjakan penuh.

e. Indikator : Jumlah Pembelian

1. Saya memutuskan untuk memodifikasi lebih dari satu unit motor atau memesan beberapa pengerjaan sekaligus di Bengkel Hijrah *Custom*.
2. Selain modifikasi, saya juga memutuskan membeli komponen aksesoris tambahan di Bengkel Hijrah *Custom*.
3. Saya mengajak rekan atau teman saya untuk ikut bertransaksi memasukkan motornya ke Bengkel Hijrah *Custom* dalam waktu bersamaan.

f. Indikator : Metode Pembayaran

1. Saya memutuskan membeli jasa di Bengkel Hijrah *Custom* karena sistem pembayarannya yang transparan dan dapat diangsur secara bertahap sesuai progres motor.
2. Saya memilih Bengkel Hijrah *Custom* karena kemudahan transaksi pembayarannya (bisa via transfer atau tunai langsung).
3. Sistem pencatatan nota dan rincian belanja suku cadang yang diberikan Bengkel Hijrah *Custom* membuat saya mantap melunasi pembayaran proyek *custom* ini.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa hasil penelitian dinyatakan valid apabila data yang dilaporkan oleh peneliti sesuai dengan kondisi yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian, sehingga tidak terdapat perbedaan antara data yang diperoleh dan realitas yang diteliti.

Menurut Khairinal (2016) untuk menguji apakah instrument yang digunakan valid atau tidak dengan, maka digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy}	: Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
$\sum xy$	: Jumlah perkalian antara variabel X dan Y
$\sum x^2$	: Jumlah dari kuadrat nilai X
$\sum y^2$	: Jumlah dari kuadrat nilai Y
$(\sum x)^2$	: Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan
$(\sum y)^2$	: Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Suatu butir pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi yang bernilai positif dan tingkat signifikansi hasil pengujian lebih besar dari taraf signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 5\%$). Selain itu, validitas instrumen juga dapat ditentukan berdasarkan perbandingan antara nilai r hitung dan r tabel. Apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, maka butir pertanyaan dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel, maka butir pertanyaan dinyatakan tidak valid. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2019) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- 1) Taraf signifikan $\alpha = 5\% = 0,05$
- 2) Derajat kebebasan (df): $n - 2$
- 3) Jika $r > 0,30$ maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid
- 4) Jika $r < 0,30$ maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa sebuah data dianggap reliabel jika menunjukkan konsistensi hasil. Konsistensi ini diukur dari kesamaan data yang diperoleh baik oleh peneliti yang berbeda pada objek yang sama, oleh peneliti yang sama dalam rentang waktu berbeda, maupun melalui pengujian belah dua (*split-half*) pada kelompok data tersebut.

Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, sebagai berikut:

$$R_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma_b^2}{\sum \sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

R_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total

Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* melebihi 0,600. Nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,70 menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang memadai (*sufficient reliability*). Sementara itu, apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,80, hal tersebut mengindikasikan bahwa seluruh butir instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi, sehingga instrumen dapat dinyatakan memiliki reliabilitas yang kuat. (Hildawati, et al., 2024). Atau bisa dimaknai sebagai berikut:

- Jika $\alpha > 0.90$ maka reliabilitas sempurna.
- Jika α antara 0.70 – 0.90 maka reliabilitas tinggi.
- Jika α 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat.
- Jika $\alpha < 0.50$ maka reliabilitas rendah.
- Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dilaksanakan setelah seluruh informasi dari informan atau sumber data lainnya terkumpul sepenuhnya. Tahapan dalam proses analisis ini meliputi pengklasifikasian data sesuai variabel dan kategori responden, pembuatan tabulasi data per variabel, penyajian data, serta pelaksanaan kalkulasi statistik guna memecahkan rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif dengan pendekatan statistik deskriptif untuk mendeskripsikan atau menggambarkan karakteristik data serta hubungan antar variabel yang diteliti.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa analisis statistik deskriptif adalah teknik analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan, menyajikan, dan merangkum karakteristik data sebagaimana adanya, sehingga memberikan gambaran mengenai kondisi data yang diteliti tanpa melakukan generalisasi terhadap populasi. Pendekatan ini bertujuan memberikan gambaran yang jelas mengenai data yang telah dihimpun tanpa melakukan inferensi atau menarik kesimpulan yang bersifat generalisasi untuk populasi yang lebih luas.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atas variabel *Word of Mouth* (WOM) dan Keputusan Pembelian melalui *mean* (nilai rata-rata), frekuensi dan persentase.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan bahwa sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan bersifat BLUE (*Best linear Unbiased Estimator*), uji yang digunakan meliputi:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan prosedur yang bertujuan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Pengujian ini dilakukan sebagai salah satu syarat dalam memenuhi asumsi klasik pada analisis regresi (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*, dimana nilai signifikansi *p-value* lebih besar dari 0.05 maka data dianggap berdistribusi normal, sedangkan jika *p-value* lebih kecil dari 0.05 maka data tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menilai apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen membentuk pola linear secara signifikan. Pengujian ini bertujuan

untuk memastikan bahwa asumsi linearitas dalam analisis regresi telah terpenuhi (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan uji linearitas dalam penelitian ini yaitu dengan membandingkan nilai signifikan (Sig) dengan 0.05.

- Apabila nilai signifikansi (Sig.) pada *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat dinyatakan linear secara signifikan.
- Sebaliknya, apabila nilai signifikansi (Sig.) pada *Deviation from Linearity* lebih kecil dari 0,05, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dinyatakan tidak linear secara signifikan.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya perbedaan varians residual pada setiap pengamatan dalam model regresi. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa residual memiliki varians yang konstan sehingga asumsi homoskedastisitas dalam model regresi dapat terpenuhi (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser*.

3.8.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Karena penelitian ini menguji pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen, maka digunakan analisis regresi linear sederhana (Sugiyono, 2019). Menggunakan persamaan:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = *Word of Mouth* (WOM)

3.8.4 Uji Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan awal terhadap pertanyaan atau rumusan masalah dalam penelitian. Dugaan yang bersifat provisional ini nantinya memerlukan pembuktian secara empiris melalui pengumpulan dan analisis data untuk menguji kebenarannya (Sugiyono, 2019).

1. Uji signifikan parsial (uji-t)

Uji statistik T bertujuan untuk menguji pengaruh setiap variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, sehingga dapat diketahui besarnya kontribusi satu variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji apakah *Word of Mouth* (WOM) (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Taraf signifikan = 0.05 (α = 5%)
- Jika nilai signifikan < 0.05, maka H_a diterima dan H_o ditolak.
- Jika nilai signifikan > 0.05, maka H_a ditolak dan H_o diterima.

3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Koefisien determinasi yang dilambangkan dengan R^2 memiliki nilai berkisar antara 0 hingga 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen masih terbatas. Sebaliknya, semakin tinggi nilai R^2 atau semakin mendekati angka 1, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen, sehingga model penelitian mampu memberikan informasi yang lebih baik dalam memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2018).