

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian merupakan kerangka berpikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan perlakuan peneliti terhadap ilmu atau teori. Paradigma penelitian juga menjelaskan bagaimana peneliti memahami suatu masalah , serta kriteria pengujian sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian.

Pada penelitian ini menggunakan paradigma penelitian kuantitatif. Paradigma ini berlandaskan pada filsafat positivistik yang berpandangan bahwa realita/fenomena dapat diklasifikasikan, relative tetap, konkret, teramati, terukur, dan hubungan gejala sebab akibat. Penelitian pada umumnya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer menggunakan kuesioner. Metode ini dilakukan karena biaya penelitian relatif rendah dan dapat dilakukan dengan waktu yang relatif singkat. Menurut Sugiyono (2009), pengumpulan data pada penelitian survei dilakukan dengan menggunakan instrumen atau wawancara untuk mendapatkan tanggapan dari responden.

Penelitian ini termasuk sebagai penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Penelitian ini mencari hubungan atau pengaruh

sebab akibat, antara variabel bebas (X) *word of mouth* terhadap variabel terikat (Y1) minat beli, (Y2) keputusan pembelian.

## **B. Setting Penelitian**

Setting penelitian berarti latar belakang dan tempat yang dijadikan lokasi penelitian. Tempat yang dijadikan lokasi pada penelitian ini adalah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, di Jl. Lingkar Selatan, Taman Tirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta.

## **C. Populasi dan Sampel**

### 1. Populasi.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Populasi ini dipilih karena sepatu merek Converse tidak asing bagi mahasiswa.

### 2. Sampel.

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel yang digunakan peneliti adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penarikan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi

untuk dipilih menjadi sampel. Peneliti menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengumpulan sampel yang berdasarkan pada pertimbangan tertentu (Sugiyono,2009). Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan pada indikator-indikator dari variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan skala likert untuk mengukur sikapnya.

Hair, Et Al (1998) dalam Sugiyono (2009) menyarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5-10 observasi untuk setiap *estimated* parameter. pengambilan sampel dalam penelitian dapat menjadi penentu kevalidan hasil penelitian, karena dengan teknik pengambilan sampel penelitian yang benar maka hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel diambil. Sampel yang diambil dalam penelitian ini memiliki kriteria-kriteria sebagai berikut :

- a. Mahasiswa universitas muhammadiyah yogyakarta
- b. Berusia 18 tahun keatas
- c. Mahasiswa yang mengetahui atau memakai sepatu merek Converse
- d. Angkatan 2012 – angkatan 2017

#### **D. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Jenis Data.**

Jenis data adalah mengenai dari mana data diperoleh. Apakah data diperoleh dari sumber langsung (data primer) atau data diperoleh dari sumber tidak langsung (data sekunder). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data

primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui proses percobaan , suvei, dan observasi.

## 2. Teknik Pengumpulan Data.

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan. Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara , pengamatan, tes, dokumentasi, dan sebagainya. Sedangkan instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk pengumpulan data. Karena berupa alat, maka instrumen dapat berupa lembar cek list, kuesioner (angket terbuka/tertutup), pedoman wawancara, camera photo dan lainnya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode *field survey* menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data primer. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009). Data yang diperoleh lewat penggunaan kuesioner adalah data yang dikategorikan sebagai data faktual. Skala yang akan digunakan adalah :

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

2 = TS (Tidak Setuju)

3 = N (Netral)

4 = S (Setuju)

5 = SS (Sangat Setuju)

### **E. Identifikasi Variabel**

Identifikasi variabel merupakan bagian dari langkah penelitian yang dilakukan peneliti dengan cara menentukan variabel-variabel yang ada dalam penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Variabel Eksogenus.

Variabel eksogenus adalah variabel yang tidak dipengaruhi (tidak ada tanda panah yang menuju ke variabel ini). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel eksogenus adalah word of mouth.

#### 2. Variabel Endogenus.

Variabel endogenus adalah variabel yang dipengaruhi (ada tanda panah yang menuju ke variabel ini). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel endogenus adalah minat beli dan keputusan pembelian.

### **F. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel merupakan definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun

memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

Definisi operasional penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Keterangan	Indikator	Sumber
Word Of Mouth (X1)	Komunikasi yang dilakukan oleh konsumen yang telah melakukan pembelian dan menceritakan pengalamannya tentang produk/jasa tersebut kepada orang lain. Sehingga secara tak langsung konsumen tersebut telah melakukan promosi yang dapat menarik minat beli konsumen lain yang mendengarkan pembicaraan tersebut	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membicarakan,</li> <li>2. Mempromosikan,</li> <li>3. Merekomendasikan.</li> </ol>	Godes dan Mayzlin (2004)
Minat Beli (Y1)	Suatu model sikap seseorang terhadap objek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa atau merek tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk,</li> <li>2. Ingin mengetahui produk,</li> <li>3. Tertarik untuk mencoba</li> <li>4. Mempertimbangkan untuk membelinya,</li> <li>5. Ingin memiliki produk</li> </ol>	Schiffman dan Kanuk (2001)

Keputusan Pembelian (Y2)	Proses terintegritas yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan guna mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya, sehingga diartikan sebagai penetapan pilihan oleh konsumen terhadap dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya, sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai penetapan pilihan oleh konsumen terhadap dua atau lebih alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhannya.	1.Keinginan untuk menggunakan produk, 2.Keinginan untuk membeli produk, 3.Memprioritaskan pembelian suatu produk, 4.Kesediaan untuk berkorban (waktu, biaya dan tenaga) mendapatkan suatu produk.	Hsu dan Chang (2008)
--------------------------	---	--	----------------------

### G. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Widodo (2009) menjelaskan bahwa instrumen pengukuran variabel dalam penelitian kuantitatif harus memenuhi beberapa persyaratan agar menghasilkan data pengukuran variabel penelitian yang akurat. Persyaratan yang paling banyak dikemukakan oleh para ahli dan dianggap syarat baku adalah validitas dan reliabilitas.

#### 1. Uji Validitas.

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut

(Ghozali,2011). Menurut Sugiyono (2009) bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengkorelasi item dengan menggunakan *Pearson Corelation*. Apabila didapatkan nilai *Pearson Corelation* yang positif dan signifikan, maka item tersebut valid.

## 2. Uji Reliabilitas.

Sesuai Hair et al. (2006) dalam Usman Dachlan (2014:190), reliabilitas instrumen ditekankan pada konsistensi internal item-item pengukuran dalam mengukur sebuah konstruk. Dengan demikian skor reliabilitas yang dihasilkan menunjukkan konsistensi tersebut. Jika skor reliabilitas yang dihasilkan rendah berarti isi dari item-item pengukuran tersebut dikatakan sangat beragam sehingga total skor yang dihasilkan bukan merupakan yang terbaik menilai konstruk.

Pertama yang harus dipertimbangkan dalam mengevaluasi reliabilitas instrumen adalah konsistensi internal masing-masing item secara terpisah. Statistik alpha cronbach menghitung konsistensi internal berdasarkan atas rata-rata korelasi antar item (indikator). Instrumen (kumpulan indikator) suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki statistik alpha cronbach sekurang-kurangnya 0,70. Namun beberapa penelitian lain mensyaratkan nilai ini cukup sekurang-kurangnya 0,50.



Sementara itu, teknik belah dua (*split half*) menghitung reliabilitas dengan cara membagi data menjadi dua kelompok dan selanjutnya menguji korelasi antar kelompok tersebut.

## **H. Uji Hipotesis dan Analisis Data**

### **1. Pengujian Persyaratan Analisis.**

Menurut Usman Dachlan (2014:126), sebelum menggunakan data mentah maupun data berupa ringkasan statistik untuk analisis dengan SEM, data asli seharusnya diperiksa terlebih dahulu untuk memastikan bahwa data telah memenuhi sejumlah asumsi yang dipersyaratkan sehingga tidak akan memunculkan masalah pada analisis lanjutan yang akan dilakukan di antaranya adalah: asumsi normalitas, linieritas, homoskedastitas, multikolinearitas, serta identifikasi terhadap keberadaan data yang tidak lazim (*outlier*) dan data yang hilang/tidak lengkap (*missing value*).

#### **a. Normalitas Univariat dan Normalitas Multivariat.**

Ada dua macam asumsi yang harus dipenuhi dalam SEM, yaitu normalitas univariat dan normalitas multivariat. Normalitas univariat merupakan asumsi yang harus dipenuhi oleh masing-masing variabel yang terlibat dalam analisis. Normalitas univariat (kombinasi dari dua variabel atau lebih) berarti bahwa variabel-variabel individual memenuhi asumsi normalitas univariat dan demikian juga kombinasi antar variabelnya juga normal. Jadi jika semua variabel memenuhi asumsi normalitas univariat, maka belum tentu asumsi normalitas multivariat terpenuhi, namun jika

asumsi normalitas multivariat terpenuhi maka normalitas univariat terpenuhi dengan sendirinya.

## 2. SEM ( *Structural Equation Modeling* ).

Menurut Usman Dachlan (2014:1) *Structural Equation Modeling* (SEM) atau pemodelan persamaan struktural adalah salah satu dari teknik analisis multivariat yang digunakan untuk menguji teori mengenai sekumpulan relasi antar sejumlah variabel secara simultan.

Analisis SEM meliputi sejumlah langkah yang cukup kompleks, mulai dari pemeriksaan data, pengembangan model, penilaian fit model, hingga interpretasi terhadap hasil analisis. Tahapan analisis yang ditempuh kebanyakan tidak sekali jalan sekali jadi (*water fall*), melainkan bersifat iteratif. Maksudnya, model awal yang diajukan hingga beberapa kali sampai diperoleh model akhir yang bisa diterima (*fit*). Sekaligus sesuai dengan teori yang melatarbelakanginya.

Tahapan analisis SEM menurut Hair et al (2010) secara lebih rinci dengan tahapan sebagai berikut:

### a. Pengembangan Model Teoritis.

Dalam langkah pengembangan model teoritis, hal yang harus dilakukan adalah melakukan serangkaian eksplorasi ilmiah melalui telaah pustaka guna mendapatkan justifikasi atas model teoritis yang akan

dikembangkan. SEM digunakan bukan untuk menghasilkan sebuah model, tetapi digunakan untuk mengkonfirmasi model teoritis tersebut melalui data empirik.

b. Pengembangan Diagram Alur.

Dalam langkah kedua ini, model teoritis yang telah dibangun pada tahap pertama akan digambarkan dalam sebuah diagram alur, yang akan mempermudah untuk melihat hubungan kausalitas yang ingin diuji. Dalam diagram alur, hubungan antar konstruk akan dinyatakan melalui anak panah. Anak panah yang lurus menunjukkan sebuah hubungan kausal yang langsung antara satu konstruk lainnya. Sedangkan garis-garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antara konstruk.

Konstruk yang dibangun dalam diagram alur dapat dibedakan dalam dua kelompok, yaitu :

- 1) Konstruk eksogen (*exogenous constructs*), yang dikenal juga sebagai *source variables* atau *independent variables* yang akan diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Konstruk eksogen adalah konstruk yang dituju oleh garis dengan satu ujung panah.
- 2) Konstruk endogen (*endogen constructs*), yang merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk. Konstruk endogen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tetapi konstruk eksogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

c. Konversi Diagram Alur Ke Dalam Persamaan.

Persamaan yang didapat dari diagram alur yang dikonversi terdiri dari

:

- 1) Persamaan struktural (*structural equation*) yang dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk. *Variabel endogen = variabel eksogen + variabel endogen + error.*
- 2) Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*), dimana harus ditentukan variabel yang mengukur konstruk dan menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi antar konstruk atau variabel.

d. Memilih Matriks Input Dan Estimasi Model.

SEM menggunakan input data yang hanya menggunakan matriks varians/kovarians atau matriks korelasi untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan. Matriks kovarian digunakan karena SEM memiliki keunggulan dalam menyajikan perbandingan yang valid antara populasi yang berbeda atau sampel yang berbeda, yang tidak dapat disajikan oleh korelasi. disarankan agar menggunakan matriks varians/kovarians pada saat pengujian teori sebab lebih memenuhi asumsi-asumsi metodologi dimana *standar error*

menunjukkan angka yang lebih akurat dibanding menggunakan matriks korelasi.

e. Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi.

Problem identifikasi pada prinsipnya adalah problem mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Bila setiap kali estimasi dilakukan muncul problem identifikasi, maka sebaiknya model dipertimbangkan ulang dengan mengembangkan lebih banyak konstruk.

f. Evaluasi Kriteria *Goodness Of Fit*.

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness of fit*. Berikut ini beberapa indeks kesesuaian dan *cut off value* untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak menurut Ferdinand (2000) :

- 1) Uji *Chi-square*, dimana model dipandang baik atau memuaskan bila nilai *Chi-square* nya rendah. Semakin kecil nilai *chi-square* semakin baik model itu dan nilai signifikansi lebih besar dari *cut off value* ( $p > 0,05$ ).
- 2) RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*), yang menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair et.al., 2010). Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan *degrees of freedom*.

- 3) GFI (*Goodness of Fit Index*) adalah ukuran non statistikal yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1.0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah "*better fit*".
- 4) AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), dimana tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90.
- 5) CMIN/DF adalah *The Minimum Sample Discrepancy Function* yang dibagi dengan *Degree of Freedom*. *Chi-square* dibagi DF-nya disebut *chi-square* relatif. Bila nilai *chi-square* relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.
- 6) TLI (*Tucker Lewis Index*), merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline model*, dimana sebuah model  $\geq 0,95$  dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a very good fit*.
- 7) CFI (*Comparative Fit Index*), dimana bila mendekati 1, mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi. Nilai yang direkomendasikan adalah  $CFI \geq 0,94$ .

g. Interpretasi Dan Modifikasi Model.

Tahap terakhir ini adalah menginterpretasikan model dan memodifikasi model bagi model-model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Tujuan modifikasi adalah untuk melihat apakah modifikasi yang dilakukan dapat menurunkan nilai *chi-square*; seperti diketahui, semakin

kecilnya angka *chi-square* menunjukkan semakin fit model tersebut dengan data yang ada.

Proses SEM tentu tidak bisa dilakukan secara manual selain karena keterbatasan kemampuan manusia, juga karena kompleksitas model dan alat statistik yang digunakan. Walaupun banya ahli yang sudah menyadari perlunya membuat model yang dapat menjelaskan banyak fenomena sosial dalam hubungan banyak variabel, namun mereka belum dapat menangani kompleksitas perhitungan matematisnya. Saat ini banyak *software* yang khusus digunakan untuk analisis model SEM, seperti LISREL, AMOS, EQS dan Mplus. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan AMOS 22.0 sebagai alat analisisnya.