

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek dalam penelitian ini yaitu eWOM dari produk SAMSUNG. Subjek penelitian atau responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian juga membahas karakteristik subjek yang digunakan dalam penelitian, termasuk penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling (acak/non-acak) yang digunakan. Peran subjek penelitian adalah memberikan tanggapan dan informasi terkait data yang dibutuhkan oleh peneliti, serta memberikan masukan kepada peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa di kota Yogyakarta yang mengetahui produk *smartphone*

A. Jenis Data

Berdasarkan dari jenis data, penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian dengan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik (Noor, 2011).

Penelitian ini menggunakan data primer yang di kumpulkan secara langsung, dengan menyebarkan kuisisioner fisik dan online melalui google docs kepada responden yang telah di tentukan sebagai sampel penelitian.

B. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini sampel diambil dengan teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik pemilihan sampel *non-probability* samplingnya menggunakan teknik *purposive sampling*.

Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini yaitu:

- a. Responden merupakan masyarakat di kota Yogyakarta
- b. Responden sudah mengetahui produk dan kegiatan perusahaan *smartphone* Samsung .
- c. Usia 17-33 tahun

C. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa *interview*, kuesioner, dan observasi. Menurut Noor (2011) data primer adalah sumber data yang langsung diberikan oleh sumbernya.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survai dengan menggunakan kuesioner, kuesioner merupakan suatu tehnik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan

harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Jenis kuesioner yang digunakan bersifat tertutup, yaitu alternatif jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Adapun instrumen daftar pertanyaan berupa *checklist* yaitu berupa pilihan dengan cara memberi tanda pada kolom yang disediakan (Noor, 2011).

Kuesioner menggunakan skala Likert 1 sampai 5, di mana 1 menunjukkan ukuran pernyataan sangat tidak setuju (STS), nilai 2 menunjukkan ukuran pernyataan tidak setuju (TS), nilai 3 menunjukkan ukuran pernyataan netral (N), nilai 4 menunjukkan pernyataan setuju (S), dan nilai 5 menunjukkan pernyataan sangat setuju (SS).

D. Definisi Operasional Variabel

1. Definisi Variabel

Menurut Sekaran (2006) variabel penelitian pada dasarnya merupakan sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti, yaitu:

1. Variabel *Dependent*/ Endogen (variabel terikat)

Variabel Endogen merupakan variabel yang menjadi perhatian bagi peneliti. Menurut Ghozali (2017) Variabel endogen merupakan variabel yang nominalnya di pengaruhi atau di tentukan oleh variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependent*/ endogen adalah minat beli (Y)

2. Variabel *Independent*/ Eksogen (variabel bebas)

Menurut Ghozali (2017) Variabel eksogen merupakan variabel yang tidak di pengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam diagram jalur, variabel eksogen di tandai sebagai variabel

yang tidak ada panah yang menuju kearahnya dari variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *independent*/eksogen adalah eWOM (X)

3. Variabel Mediasi/*Intervening* (variabel penengah)

Menurut Ghozali (2017) variabel *intervening* merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel endogen dan variabel eksogen menjadi hubungan tidak langsung dan tidak dapat diamati dan di ukur. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel mediasi/ *intervening* adalah citra merek (M).

2. Definisi oprasionl vriabel

Menurut sugiyono 2009 devinisi oprasional merupakan penentuan konstrak atau sifat yang akan di pelajari sehingga menjadi variabel yang dapat di ukur. Pada konsepnya definisi oprasional adalah menjelaskan dengan cara tertentu yang akan di gunakan untuk meneliti dan megoprasikan konstrak. Bagi peneliti yang selanjutnya bisa di jadikan untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik.

Adapun definisi operasional variabel dari penelitian ini dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel3.1

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

No	Variabe l	Definisi	Indikator	Sumber
----	--------------	----------	-----------	--------

1	Minat Beli	Minat Beli adalah tahap kecenderungan untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan	1. <i>Attention</i> (menarik perhatian) 2. <i>Interest</i> (menimbulkan minat lebih dalam) 3. <i>Desire</i> (keinginan untuk membeli) 4. <i>Action</i> (melakukan pembelian) 5. <i>Satisfaction</i> (menimbulkan kepuasan)	Ferdinand, (2006)
No.	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
2	eWOM	eWOM adalah pernyataan positif maupun negatif tentang produk atau perusahaan yang dibuat oleh pelanggan potensial, pelanggan saat ini maupun mantan pelanggan, yang tersedia bagi banyak orang dan institusi melalui internet	1. <i>Platform Assistance</i> . 2. <i>Venting Negative Feeling</i> . 3. <i>Concern for Other Consumers</i> . 4. <i>Extraversion / Positives Self Enhancement</i> . 5. <i>Social Benefits</i> . 6. <i>Economic Incentive</i> . 7. <i>Helping the Company</i> . 8. <i>Advice Seeking</i> .	Henning-Thurau dkk., (2004)
No.	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
3	Citra Merek	<i>Brand image</i> yakni deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu	1. Perusahaan yang <i>bonafit</i> 2. Perusahaan yang memiliki daya saing kuat 3. <i>High-class</i> 4. Menjadi orang modern 5. Produk yang <i>update</i> 6. Unggul di bidang komunikasi dan aplikasi yang modern	(Tjiptono, 2005).

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Noor (2011), mengatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuesioner. Satu kuesioner dinyatakan valid jika

pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas Item atau butir dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS. Untuk proses ini, akan digunakan *Product moment* dari Pearson. Sebuah instrument penelitian dikatakan valid apabila dari hasil uji diperoleh nilai korelasi antara butir dengan faktor positif signifikan pada tingkat 5% (Rahmawati, A, dkk, 2003)

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk memastikan instrumen tersebut merupakan alat yang akurat dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan untuk pengumpulan data dalam pengujian instrumen. Reliabilitas menunjukkan bahwa kuesioner tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur kasus yang sama di tempat yang berbeda dan waktu yang berbeda-beda. Teknik *Alpha Cronbach's* dapat digunakan dalam melakukan uji reliabilitas, yakni dimana suatu variabel dapat dikatakan *reliable* apabila koefisien *cronbach's alpha* sebesar 0,60 atau lebih. Syarat minimum koefisien korelasi menurut Rochaeaty (2007) adalah sebesar 0,6 karena dianggap memiliki titik aman dalam penentuan reliabilitas instrumen dan juga secara umum banyak digunakan dalam penelitian.

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan informasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah di pahami. Berdasarkan informasi tersebut, dalam penelitian yang akan di

lakukan, analisis diskriptif akan memberikan uraian mengenai karakteristik responden dan bagaimana menanggapi variabel yang ada ada dalam penelitian ini. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang di sampaikan kuisisioner dan untuk mengetahui kecenderungan penilaian yang di berikan oleh responden

2. Analisis Structural Equation Modelling (SEM)

Analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang ditujukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu. Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di implementasikan (Santoso, 2012).

Teknik analisis digunakan untuk menginterpretasikan dan menganalisis data. Sesuai dengan model yang dikembangkan dalam penelitian ini maka alat analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *software* AMOS. SEM merupakan gabungan dari analisis faktor dan analisis jalur (*path analysis*) menjadi satu metode statistik komprehensif (Ghozali, 2014).

Hair et. al (1998) dalam Ghozali (2014) mengajukan tahapan pemodelan dan analisis persamaan struktural menjadi 7 (tujuh) langkah yaitu:

1. Pengembangan Model Berdasar Teori

Model persamaan struktural didasarkan pada hubungan kausalitas, dimana perubahan satu variabel diasumsikan akan berakibat pada perubahan variabel lainnya. Hubungan kausalitas dapat berarti hubungan yang ketat seperti ditemukan

dalam proses fisik seperti reaksi kimia atau dapat juga hubungan yang kurang ketat seperti dalam riset perilaku yaitu alasan seseorang membeli produk tertentu. Dalam penelitian ini akan dikembangkan model yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh eWOM terhadap minat beli yang dimediasi oleh citra merek

2. Menyusun Diagram Jalur (*Path Diagram*)

Dalam menyusun bagan alur dapat digambarkan dengan hubungan antar konstruk melalui anak panah. Anak panah yang digambarkan lurus menyatakan hubungan kasual yang langsung antara satu konstruk dengan konstruk lainnya. Sedangkan garis-garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk. Model ini menunjukkan adanya konstruk-konstruk eksogen dan endogen.

3. Persamaan Struktural

Setelah teori atau model teoritis dikembangkan dan digambarkan dalam sebuah diagram jalur, peneliti dapat memulai mengkonversikan spesifikasi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan.

4. Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan

SEM hanya menggunakan matrik varians atau kovarians atau matrik korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukannya. Data mentah observasi individu dapat dimasukkan dalam program AMOS, tetapi program AMOS akan merubah dahulu data mentah menjadi matrik kovarians atau matrik korelasi. Analisis terhadap *outlier* harus dilakukan sebelum matrik kovarians atau korelasi dihitung.

5. Menilai Identifikasi Model Struktural

Selama proses estimasi berlangsung dengan program komputer, sering didapat hasil estimasi yang tidak logis atau *meaningless* dan hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Problem identifikasi adalah ketidakmampuan proposed model untuk menghasilkan *unique estimate*. Cara melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi: (1) adanya nilai standart error yang besar untuk satu atau lebih koefisien, (2) ketidakmampuan program untuk *invert information matrix*, (3) nilai estimasi yang tidak mungkin misalkan *error variance* yang negative, (4) adanya nilai korelasi yang tinggi ($>0,90$) antar koefisien estimasi.

Jika diketahui ada problem identifikasi maka ada 3 hal yang harus dilihat:

- a. Besarnya jumlah koefisien yang diestimasi relatif terhadap jumlah kovarian atau korelasi, yang diindikasikan dengan nilai *degree of freedom* yang kecil.
 - b. Digunakan pengaruh timbal balik atau resiprokal antar kelompok konstruk (model *non-recursive*).
 - c. Kegagalan dalam menetapkan nilai tetap (fix) pada skala konstruk.
6. Menilai Kriteria *Goodness of Fit*
- Langkah pertama yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM. Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam prosedur pengumpulan dan pengolahan data yang dianalisis dengan pemodelan SEM adalah sebagai berikut: (1) observasi data independen, (2) responden diambil secara random, dan (3) memiliki hubungan linear.
7. Interpretasi dan Modifikasi Model

Pada tahap selanjutnya model diinterpretasikan dan dimodifikasi. Bagi model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Setelah model diestimasi, residual kovariansnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi frekuensi dari kovarians residual harus bersifat simetrik. Batas keamanan untuk jumlah residual yang dihasilkan oleh model adalah 1%. Nilai residual values yang lebih besar atau sama dengan 2,58 diinterpretasikan sebagai signifikan secara statis pada tingkat 5% dan residual yang signifikan ini menunjukkan adanya *prediction error* yang substansial untuk sepasang indikator.