

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Subjek dan Objek Penelitian**

Objek adalah atribut, nilai atau sifat dari seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi, dan ditentukan oleh peneliti untuk di teliti dan kemudian ditarik kesimpulan, menurut Sugiyono dalam (Perkasa, 2016) subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berminat membeli cokelat di perusahaan cokelat nDalem, sedangkan objek penelitian ini adalah cokelat nDalem perusahaan manufaktur dalam bidang makanan yang memproduksi cokelat di Kota Yogyakarta. Perusahaan yang beralamat di Jl. Bhayangkara No.23, Ngampilan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55261 ini juga memiliki filosofi yang sepenuh hati, sebagai sebuah tanda hati dari Daerah Istimewa Yogyakarta untuk orang-orang yang dekat di hati.

### **B. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti dengan variabel yang ditentukan untuk tujuan studi, (Sekaran, 2011). Peneliti mendapatkan data dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden dengan kriteria yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut . Menurut Sugiyono (2015) data kuantitatif adalah data yang dapat dihitung dan diukur secara langsung yang dinyatakan dalam bentuk bilangan atau angka.

### C. Teknik Pengambilan Sampel

Sebuah sampel adalah bagian dari populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* untuk teknik pengambilan sampel, peneliti menentukan beberapa kriteria anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono, (2015) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Peneliti memiliki satu bahasan masalah pada penelitian ini yang berupa seluruh konsumen yang mengikuti akun instagram Coklat nDalem. Menurut Sekaran (2011) ukuran sampel yang tepat antara lebih dari 30 dan kurang dari 500. Ukuran sampel dalam penelitian ini 100, Berdasarkan populasi yang banyak dan tidak diketahui dengan pasti. Adapun kriteria responden yang sudah ditentukan oleh peneliti adalah *Follower* akun instagram Coklat nDalem.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan angket atau kuesioner sebagai sarana untuk mendapatkan informasi secara langsung dari pelanggan untuk memperoleh data primer digunakan sebagai dasar penelitian tersebut. Kuesioner sendiri merupakan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dan akan dijawab oleh responden (Sekaran, 2011). Kuesioner mencakup tiga variabel yang diteliti, yakni; *Elektronic word of mouth*, Citra Merek, dan minat beli.

Penelitian ini menggunakan variabel yang bersifat kuantitatif maka untuk mengukur variabel tersebut digunakan skala likert. Pernyataan yang terdapat

didalam kuesioner dibuat menggunakan skala 1-4 untuk mewakili pendapat *responden*. Nilai untuk skala tersebut adalah:

**Tabel 3. 1**  
**Skala likert**

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

Sumber: Widhiarso (2010)

### E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel Penelitian menurut Sugiyono (2015) merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Adapun definisi operasional variabel penelitian saya sebagai berikut :

**Tabel 3. 2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	<i>Electronic word of mouth</i>	Sebuah pernyataan negatif atau positif yang didasari atas potensi, aktual atau dari konsumen terdahulu tentang sebuah produk/merek dari sebuah perusahaan yang bisa di akses oleh banyak orang di internet Jalilvand dan Samiei (2012).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membaca ulasan produk konsumen online.</li> <li>2. Kepastian dalam membeli produk.</li> <li>3. Berkonsultasi secara online dengan konsumen lainnya.</li> <li>4. Mengumpulkan ulasan produk dari konsumen secara onlien</li> <li>5. kekhawatiran dalam membeli sebuah produk secara online.</li> <li>6. Kepercayaan diri dalam membeli sebuah produk/merek.</li> </ol> Jalilvand dan Samiei (2012).

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
2	Citra Merek	Ciri khas yang memberikan manfaat lebih yang mudah di ingat oleh konsumen (Webster. Jr and Keller, 2004)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merek/produk memiliki kualitas yang tinggi.</li> <li>2. Merek/produk memiliki sejarah yang bagus.</li> <li>3. Perfoma dari produk/merek dapat di predeksi dengan baik. Jalilvand dan Samiei (2012).</li> </ol>
3	Minat beli	Keinginan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat dari produk atau jasa yang dibeli (Pramudyaningsih , 2013)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketertarikan lebih untuk membeli produk/merek ini</li> <li>2. Merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk/merek ini.</li> <li>3. Keinginan untuk membeli produk/merek ini lagi. Jalilvand dan Samiei (2012).</li> </ol>

Sumber: data yang dikembangkan

#### F. Uji Kualitas Instrumen

##### Uji Validitas.

Uji validitas digunakan untuk menyatakan sah atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali,2011). Uji validitas diukur menggunakan korelasi *pearson*. Menurut sekaran (2011) dikatakan valid jika nilai signifikan  $< \alpha = 0,05$  atau 5%.

##### Uji Reliabilitas.

Suatu kuesioner bisa dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011) Sedangkan menurut Uma Sekaran (2011), untuk mengukur stabil atau konsisten tidaknya

suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian, maka digunakan pengujian reliabilitas. Menurut Ghazali, (2011) suatu konstruk dikatakan reliabel atau handal jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 atau = 0,6. Menurut Sekaran (2011), Untuk mengukur reliabilitas alat ukur atau kuesioner penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan bantuan program SPSS 22 *for windows*.

## G. Analisis data dan uji hipotesis

### 1. Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana menurut Ghazali (2011) didasarkan pada hubungan kausal atau fungsional satu variabel independen dengan variabel dependen. Koefisien regresi bertujuan untuk memastikan apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Analisis regresi linear sederhana berfungsi untuk menguji hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab terhadap variabel akibatnya. Dalam penelitian regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hubungan variabel E-WOM terhadap variabel Minat beli. Berikut ini merupakan persamaan regresi sederhananya :

$$Y_1 = a + b_1X + e$$

Keterangan

$Y_1$  = Minat Beli

$X$  = E-WOM

$a$  = Konstanta

$b$  = Koefisien regresi minat beli

$e$  = Variabel lain yang tidak diteliti

#### Persamaan Kedua

$$Y_1 = a + b_1X + e$$

#### Keterangan

$Y_1$	= Citra Merek
$X$	= E-WOM
$a$	= Konstanta
$b$	= Koefisien regresi minat beli
$e$	= Variabel lain yang tidak di teliti

#### Persamaan ketiga

$$Y_1 = a + b_1X + e$$

#### Keterangan

$Y_1$	= Minat beli
$X$	= Citra Merek
$a$	= Konstanta
$b$	= Koefisien regresi minat beli
$e$	= Variabel lain yang tidak di teliti

## 2. Analisis Jalur

Pengujian pada penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur adalah pengembangan dari bentuk regresi berganda yang bertujuan memberikan perkiraan tingkat kepentingan dan signifikansi hubungan kausal akibat hipotetikal dalam sepereangkat variabel (Sugiyono, 2015). Sedangkan menurut Ghozali (2011), analisis jalur adalah perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini analisis jalur yang akan diuji adalah Citra Merek sebagai variabel mediasi dari E-WOM

dan minat beli. Berikut ini langkah-langkah untuk mengetahui apakah pengaruh mediasi diterima atau tidak:

- a. Melakukan persamaan regresi pertama, antara variabel independen dengan variabel mediasi.
- b. Melakukan persamaan regresi kedua, antara variabel independen, dan variabel mediasi terhadap variabel dependen.
- c. Melakukan uji mediasi dengan menggunakan *sobel test*, mediasi diterima jika nilai t hitung > nilai t tabel.

### 3. Uji Hipotesis

- a. Uji Signifikansi Parsial ( Uji t )

Uji t (*t test*) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari satu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel dependen Ghazali (2011). Hipotesis diterima jika signifikan  $\alpha < 0,05$  dan koefisien regresi searah dengan hipotesis.