

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Subjek dan Objek Penelitian

1. Objek

Objek merupakan bagian dari apa yang akan diteliti, dalam penelitian ini objek yang akan diteliti adalah handphone merek iPhone.

2. Subjek

Dalam bagian ini subjek merupakan apa yang akan dibahas, sehingga subjek dari penelitian adalah sesuatu yang akan diperoleh informasi atau hasil sebuah analisis dari sebuah penelitian. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa UMY yang menggunakan iPhone.

B. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dengan cara membagikan kuisioner. Lokasi penelitian dilakukan pada masyarakat Yogyakarta. Variabel yang diteliti adalah variabel Ekuitas Merek, *Word of Mouth* dan Niat Beli.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Apple iPhone di Kota Yogyakarta, yang jumlahnya banyak, tersebar, dan tidak diketahui secara pasti. Karena populasi dari penelitian ini jumlahnya tidak diketahui, maka digunakan salah satu teknik *Non Probability Sampling* yaitu *Purposive Sampling* dimana menurut Sugiyono (2010) merupakan penentuan sampel

dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Beberapa kriteria yang digunakan antara lain konsumen yang disasar sebagai responden adalah mereka yang membeli dan menggunakan produk Apple iPhone di UMY dan berusia minimal 17 tahun. Pengukuran sampel menurut Hair (1995) dapat di tentukan berdasarkan jumlah indicator yang diestimasi. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlahnya indicator yang ditentukan. Dalam penelitian ini responden berjumlah 100 dengan pertimbangan ukuran dari sampel ini yaitu dikalikan 10 menghasilkan $10 \times 10 = 100$ responden

D. Teknik Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data guna untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan alat bantu yaitu dengan menyebar kuisioner kepada mahasiswa UMY.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

- a. Variabel Penelitian
 1. *Word of Mouth* (Independen)
 2. Ekuitas Merek (Independen)
 3. Niat Beli (Dependen)

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
1.	<i>Word of Mouth</i>	Suprapti (2010) mengemukakan bahwa komunikasi <i>word of mouth</i> merupakan komunikasi pribadi antara pelanggan atau antar anggota dari suatu kelompok.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendengar hal-hal positif 2. Memperoleh Rekomendasi 3. Memperoleh Ajakan untuk membeli 	(Rosiana , 2011)
2.	Ekuitas Merek	Menurut Durianto (2004) ekuitas merek merupakan seperangkat aset dan labilitas merek yang berkaitan suatu merek, nama, simbol yang mampu menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah produk baik pada perusahaan maupun pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran Merek 2. Asosiasi Merek 3. Persepsi Kualitas 4. Top of Mind 	(Durianto, 2004)& (Washburn, 2002)
3.	Niat Beli	Shah, et al (2012) menyatakan bahwa niat beli adalah suatu jenis keputusan yang mempelajari mengapa pelanggan membeli merek tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Niat Eksploratif 2. Niat Refrensial 3. Niat transaksional 	(Ferdinand, 2002)

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Validitas merupakan akurasi atau ketepatan dari suatu alat ukur terhadap yang diukur walaupun dilakukan berkali kali dan dimana mana (Bungin, 2011). Uji Validitas adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur apa yang diukur (Nurgiyantoro, 2004). Sebuah instrumen dikata valid apabila mampu mengukur apa

yang diinginkan serta mampu mengungkap data dari variable yang di teliti secara teliti dan tepat. Tinggi atau rendahnya instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel tersebut.

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Pearson* yang akan melalui perhitungan SPSS. Teknik korelasi *Pearson* digunakan yaitu untuk menguji instrumen validitas dengan mengorelasikan skor item variabel dengan skor total variabel. Pada umumnya dinyatakan valid (Suliyono, 2010).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut Sarwono (2012) bahwa reliabilitas menunjukkan pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil pengukuran tertentu di setiap kali pengukuran dilakukan pada hal yang sama. Oleh karena itu reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya.

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan metode *Cronbach's Alpha* pada SPSS. Kuesioner sudah dianggap handal, konsisten, dan relevan terhadap variabel penelitian apabila memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,7 atau lebih. Reliabilitas alat ukur dalam bentuk skala dapat diukur dengan cara menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* Ghozali (2011).

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Untuk menjawab pertanyaan serta membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, maka data yang dikumpulkan dari kuesioner akan diolah dengan cara tabulasi, selanjutnya data yang telah dikumpulkan akan dianalisis. Data yang didapat dari kuesioner, dianalisis layaknya uji instrumen data, mendeskripsikan hasil data yang

didapat kemudian menguji hipotesis yang terdapat dalam penelitian. Hasil dari analisis data akan diberikan keterangan maupun ulasan atas hasil analisis tersebut, sehingga data berupa angka yang didapatkan mempunyai maksud yang bisa dijelaskan dan dipahami.

Pengujian pada hipotesis ini menggunakan alat analisis SPSS versi 17 *for windows*. Setelah itu, teknis analisis data yang digunakan ialah regresi sederhana untuk mengetahui hubungan antar variabel pada hipotesis 1 dan analisis jalur (*path analysis*), maksud dari analisis ini adalah untuk mengetahui apakah hubungan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel (Ghozali, 2011).

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini akan dilakukan dua kali proses regresi, alat hipotesis yang digunakan untuk melakukan regresi yaitu :

1. Regresi linier sederhana

Analisis pada penelitian ini menguji pengaruh antara satu variabel bebas (*Independent*) terhadap variabel terikat (*Dependent*). Menurut (Rachmat, 2006) jika mempunyai data dari dua variabel penelitian yang sudah diketahui yang mana variabel X dan Y sedangkan nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel tidak bebas

X = variabel bebas

a = nilai konstan

b = koefisien regresi

2. Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2014) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda digunakan untuk bermaksud memperkirakan bagaimana keadaan (naik atau turun) variabel dependen (Y) apabila terdapat dua atau lebih variabel independen (X). Menurut Sugiyono (2014) regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_2 X_1 + b_3 X_2$$

Keterangan :

X_2 = Promosi

Y = Keputusan Pembelian dalam Jejaring

X_1 = Pemasaran dalam Jejaring

a = Konstanta

b_2 = Koefisien Regresi Pemasaran dalam Jejaring

b_3 = Koefisien Regresi Promosi

e = Variabel lain yang tidak diteliti

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan melihat *goodness of fit*-nya. Secara statistik hal ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik dinyatakan signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (dimana H_0 ditolak), sebaliknya dinyatakan tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, 2001).

a. Uji Statistik F

Uji f digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama sama (simultan) (Sutrisni, 2010). Uji f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model layak untuk digunakan untuk menaksir variabel dependen atau terikat. Pada uji f ini menggunakan tingkat signifikansi 0,5% atau 0,05.

b. Uji Statistik t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, Apalikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, 2001). Pengujian hipotesis akan dilakukan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha < 5\%$) atau tingkat keyakinannya sebesar 0,95. Hipotesis dirumuskan seperti berikut ini :

- (1) Hipotesis H_a diterima apabila mempunyai nilai signifikan sebesar $\alpha \leq 0,05$ dan menolak hipotesis H_0 .
- (2) Hipotesis H_a ditolak apabila mempunyai nilai signifikan sebesar $\alpha \geq 0,05$ dan menerima hipotesis H_0

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai determinasi (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang

mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menaksir variasi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2001).

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat apakah ada hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah variabel bebas akan diikuti oleh variabel terikat pada proporsi yang sama (Ghozali, 2005).

3. Analisis Jalur (Path Analysis)

Pengujian hipotesis mediasi dilakukan dengan menggunakan pengujian analisis jalur (path analisis) yang dilakukan dengan menggunakan rumus uji sobel (1982) atau sering disebut sobel test. Menurut Ghozali, Imam (2013) uji sobel menghendaki pengasumsian jumlah sampel yang besar dan nilai koefisien mediasi berdistribusi normal. Rumus yang digunakan :

$$sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Keterangan :

Sa = Standar error koefisien a

Sb = Standar error koefisien b

b = Koefisien variabel mediasi

a = Koefisien variabel bebas

Sab = Besarnya standar error pengaruh tidak langsung

Pengujian signifikansi pengaruh tidak langsung, harus dilakukan penghitungan nilai t dari koefisien ab dengan rumus :

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel. Apabila t hitung $>$ nilai t tabel bisa disimpulkan ada pengaruh mediasi.

Analisis jalur dilakukan yang akan diuji dalam penelitian ini adalah pengaruh promosi dalam memediasi pemasaran dalam jejaring terhadap keputusan pembelian dalam jejaring. Adapun langkah-langkah untuk melakukan uji analisis jalur :

- a. Melakukan regresi pertama, regresi sederhana antara variabel pemasaran dalam jejaring (X_1) terhadap promosi (X_2).
- b. Melakukan regresi kedua, regresi linier berganda antara variabel pemasaran dalam jejaring (X_1) dan promosi (X_2) terhadap keputusan pembelian dalam jejaring (Y_1).
- c. Melakukan pengujian mediasi dengan menggunakan uji sobel. Mediasidapat diterima dengan syarat t hitung $>$ t tabel.