

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.1.1 *Electronic Word of Mouth* (eWOM)

Electronic word of mouth (eWOM) didefinisikan sebagai komentar seorang pelanggan mengenai sebuah produk atau jasa yang diberikan melalui jejari sosial (Hennig-Thurau et al., 2003).

1) Kegunaan eWOM

Kegunaan informasi adalah persepsi pengguna mengenai keandalan informasi, komentar atau ulasan yang ada di internet bernilai atau tidak karena persepsi kegunaan mengarahkan niat pelanggan untuk adopsi informasi (Hussain et al, 2017). Indikator yang digunakan adalah berdasarkan penelitian Sussman dan Siegal (2003), yaitu:

- a. Informasi *smartphone* samsung untuk pelanggan dalam sosial media ini informative
- b. Informasi *smartphone* samsung untuk pelanggan dalam social media ini berharga
- c. Informasi *smartphone* samsung untuk pelanggan dalam social media ini penting
- d. Informasi *smartphone* samsung untuk pelanggan dalam sosial media ini bermanfaat untuk mendukung keputusan pembelian saya

2) Kredibilitas eWOM

Kredibilitas eWOM mengacu pada sejauh mana seseorang merasakan mendapat rekomendasi dari sumber tertentu baik dari orang ataupun organisasi yang dapat dipercaya (Erkan dan Evans, 2016). Indikator yang digunakan adalah berdasarkan penelitian Fang, (2014), yaitu:

- a. Saya pikir informasi *smartphone* samsung yang ada di sosial media faktual.
- b. Saya pikir informasi *smartphone* samsung yang ada di sosial media akurat.
- c. Saya pikir informasi *smartphone* samsung yang ada di sosial media kredibel.
- d. Kontak di sosial media saya selalu memberikan pendapat (informasi) jujur.

3) Adopsi eWOM

Adopsi eWOM mengacu pada sejauh mana konsumen menerima dan menggunakan eWOM dalam membuat keputusan pembelian mereka (Tien et al, 2018). Oleh karena itu, pengukuran adopsi eWOM mengacu pada indikator penelitian dari Tien *et al.*, (2018) yakni menggunakan 5 (lima) indikator yang terdiri dari:

- a. Sejauh mana anda setuju dengan informasi yang ada di sosial media?
- b. Informasi dari ulasan ini berkontribusi pada pengetahuan saya tentang produk / layanan yang dibahas.

- c. Informasi itu memudahkan saya untuk membuat keputusan pembelian.
(mis., membeli atau tidak membeli).
- d. Informasi memotivasi saya untuk melakukan tindakan pembelian.
- e. Informasi tersebut telah meningkatkan keefektifan saya dalam membuat keputusan pembelian

3.1.2 Niat Beli

Menurut Spears dan Singh (2004) dalam Elseidi dan El-Baz niat beli adalah rencana sadar konsumen untuk melakukan upaya untuk membeli produk. Menurut Tien *et al.*, (2018) untuk mengukur variabel niat beli menggunakan 6 (enam) indikator, yaitu::

- a. Saya bermaksud mencari lebih banyak informasi di sosial media yang diberikan oleh pengguna *smartphone* samsung yang akan saya beli.
- b. Setelah mendapat informasi di sosial media yang disediakan oleh konsumen, saya ingin membeli *smartphone* samsung tersebut.
- c. Di masa depan, saya akan mempertimbangkan *smartphone* samsung yang dibahas dalam informasi sebagai pilihan pertama saya.
- d. Sangat mungkin saya akan membeli *smartphone* samsung.
- e. Saya pasti akan membeli *smartphone* samsung yang direkomendasikan di sosial media ini dalam waktu dekat.
- f. Saya bermaksud membeli *smartphone* samsung yang direkomendasikan di sosial media ini dalam waktu dekat.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen subyek penelitian (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen *smartphone* samsung. Ukuran populasi tidak diketahui secara pasti dari pembeli *smartphone* sehingga populasi ini bersifat heterogen atau luas tanpa batasan umur, jenis kelamin, status maupun identitas pembeli.

Sampel adalah bagian dari populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Sampel yang dipakai harus dapat mewakili dan mencerminkan populasi yang ada. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* karena peneliti tidak mengetahui identitas dan jumlah anggota populasi penelitian. Jenis sampel yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Dimana pengambilan sampel bertujuan yang anggota sampelnya sesuai dengan kriteria tertentu sesuai tujuan penelitian yang ingin dicapai.

Besaran ukuran sampel memiliki peran penting dalam interpretasi hasil SEM. Ukuran sampel memberikan dasar untuk mengestimasi *sampling error*. Dengan model estimasi menggunakan maximum *Likelihood minimum* sampel yang di perlukan 100, semakin naikan datanya maka metode ML meningkat sensitivitasnya untuk mendeteksi perbedaan antara data. Sehingga, direkomendasikan bahwa ukuran sampel untuk metode estimasi ML antara 100 – 200 (Ghozali, 2017). Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 250 responden yaitu konsumen *smartphone* samsung.

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode deskriptif melalui penyebaran kuesioner sebagai alat penelitian utama dalam memperoleh data. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui *google form*. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dengan jawaban yang sudah disiapkan oleh peneliti sehingga responden cukup memilih satu jawaban yang sesuai dengan pilihannya.

Responden diminta menjawab pertanyaan dalam bentuk skala untuk mengukur sikap responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, yang terbagi menjadi 1-6 yaitu:

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. ATS : Agak Tidak Setuju
4. AS : Agak Setuju
5. S : Setuju
6. SS : Sangat Setuju

Sebelum pengumpulan data dilakukan, kuesioner yang akan digunakan untuk mengambil data tersebut, terlebih dahulu dilakukan uji coba untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas.

3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah ukuran sampai sejauh mana suatu indikator secara akurat mengukur apa yang hendak ingin diukur (Ghozali, 2017). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sebuah indikator valid apabila mempunyai nilai *standardized regression weight* $\geq 0,5$. Pengujian validitas ini dilakukan dengan data 50 responden menggunakan program SPSS. Hasil uji validitas kuesioner dapat dilihat pada tabel 3.1, berikut:

Tabel 3.1
Uji Validitas Kuisioner

Variabel	Hasil Uji		Nilai Korelasi	Keterangan
	Item Pertanyaan	Nilai		
Kegunaan eWOM	KI1	0,847	0,5	Valid
	KI2	0,836		Valid
	KI3	0,811		Valid
	KI4	0,742		Valid
Kredibilitas eWOM	KRE1	0,916	0,5	Valid
	KRE2	0,878		Valid
	KRE3	0,888		Valid
	KRE4	0,830		Valid
Adopsi eWOM	ADOP1	0,845	0,5	Valid
	ADOP2	0,886		Valid
	ADOP3	0,844		Valid
	ADOP4	0,853		Valid
	ADOP5	0,921		Valid
Niat Beli	NB1	0,795	0,5	Valid
	BN2	0,802		Valid
	NB3	0,723		Valid
	NB4	0,762		Valid
	NB5	0,794		Valid
	NB6	0,819		Valid

Sumber: Data primer, diolah 2019

Uji reliabilitas adalah tingkat dimana variabel independen dianggap bebas dari kesalahan (Ghozali, 2017). Sehingga, dalam metode statistik multivariate dianggap bahwa tidak ada kesalahan dalam pengukuran variabel. Batas nilai reliabilitas di atas 0,7. Hasil uji reliabilitas kuisioner dapat dilihat pada tabel 3.2, berikut:

Tabel 3.2

Uji Reliabilitas Kuisioner

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
1	Kegunaan eWOM	0.819	0.7	Reliabel
2	Kredibilitas eWOM	0.899	0.7	Reliabel
3	Adopsi eWOM	0.918	0.7	Reliabel
4	Niat Beli	0.865	0.7	Reliabel

Sumber: Data primer, diolah 2019

3.5 Metode Analisis Data

Setelah melakukan uji kualitas data selanjutnya melakukan analisis data. Dalam menganalisis data ada 2 macam analisis yaitu analisis secara deskriptif dan analisis statistika.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik statistik yang dilakukan untuk menganalisis suatu data dengan menjelaskan gambaran data yang telah terkumpul sebagaimana adanya (asli) tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017).

3.5.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis model persamaan struktural atau lebih dikenal sebagai SEM (*Structural Equation Modeling*) yang diolah menggunakan AMOS. *Structural equation modeling* (SEM) merupakan gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu analisis faktor yang dikembangkan di ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*) yang dikembangkan di ekonometrika (Ghozali, 2017). Adapun tahapan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Kualitas Data

1) Ukuran Sampel

Ukuran sampel dalam penelitian memiliki peran yang sangat penting untuk interpretasi hasil SEM karena memberikan dasar estimasi bagi *sampling error*. Dalam model estimasi yang menggunakan *Maximum Likelihood* (ML) diperlukan paling sedikit 100 sampel. Semakin banyak jumlah sampel yang digunakan maka akan meningkatkan sensitivitas dalam pendeteksian perbedaan antar data. Sehingga ukuran sampel yang direkomendasikan adalah antara 100 hingga 200 sampel (Ghozali, 2017).

2) Uji Normalitas Data

Dalam output AMOS, uji normalitas dilakukan dengan membandingkan nilai *critical ratio* (C.R) pada *assessment of normality* dengan kritis $\pm 2,58$ pada tingkat signifikan 0,01. Jika ada nilai CR yang lebih besar dari nilai kritis maka distribusi data tersebut tidak normal secara *univariate*.

Sedangkan secara multivariate dapat dilihat pada baris terakhir pada tabel dengan ketentuan yang sama (Ghozali, 2017).

3) *Outlier*

Outlier adalah kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi – observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk variabel tunggal maupun variabel-variabel kombinasi (Ghozali, 2017). Data *outlier* dapat dilihat dari nilai *mahalanobis distance*. Kriteria yang digunakan pada tingkat signifikansi $p < 0,001$.

4) Analisis Faktor Konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*)

Confirmatory Factor Analysis (CFA) digunakan untuk menilai peranan kesalahan pengukuran dalam model, untuk validasi model multifaktorial, dan untuk menentukan efek-efek kelompok pada faktor-faktor. Dalam penelitian ini, uji CFA dilakukan melalui pengukuran validitas dan reabilitas konstruk. Pengujian validitas konstruk dilakukan dengan melihat validitas konvergen dalam hasil pengolahan SEM AMOS.

Salah satu caranya dengan melihat nilai faktor loading (parameter lambda). Semakin tinggi nilai yang dihasilkan, maka semakin konvergen pada satu titik. Disamping itu juga terdapat nilai *squared multiple correlations* antar variabel dengan indikatornya. Data akan dikatakan valid jika nilai signifikansinya > 0.05 (Ghozali, 2017). Kemudian untuk melihat hasil uji reabilitas melalui *construct reability* (CR), dikatakan reliabel jika nilai $CR \geq 0.7$.

2. Uji Model Persamaan Struktural

Menurut Ghozali (2017), *Structural Equation Modeling (SEM)* merupakan generasi kedua dari teknik analisis multivariat yang dapat memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *nonrecursive* agar memperoleh gambaran yang komperhensif mengenai keseluruhan model. Ghozali mengajukan tahapan pemodelan dan analisis persamaan struktural menjadi tujuh langkah, yaitu:

1) Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Model persamaan struktural didasarkan pada hubungan kuualitas dan dimana perubahan suatu variabel diasumsikan akan berakibat pada perubahan variabel lainnya.

2) Menyusun diagram jalur

Menyusun hubungan kuualitas dengan diagram jalur dan menyusun persamaan strukturalnya. Dalam menyusun diagram jalur, hubungan antara konstruk ditunjukkan dengan garis satu anak panah yang menunjukkan hubungan kuualitas (regresi) dari satu konstruk ke konstruks yang lain. Garis dengan dua anak panah menunjukkan hubungan korelasi atau kovarian antara konstruk.

3) Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural

Dalam langkah ini terdapat dua hal yang dapat dilakukan. Menyusun model struktural, yaitu menghubungkan antara konstruk laten baik endogen maupun eksogen dan menyusun *measurement model* yaitu

menghubungkan konstruk laten endogen atau ekosogen dengan variabel indikator atau manifest.

4) Memilih jenis input matrik dan estimasi model

Penelitian ini menggunakan matrik varian/kovarian atau matrik korelasi. Penggunaan korelasi cocok jika tujuan penelitiannya hanya untuk memahami pola hubungan antara konstruk, tetapi tidak menjelaskan total varian dari konstruk. Koefisien yang diperoleh dari matrik korelasi selalu dalam bentuk *standardized* unit sama dengan koefisien beta pada persamaan regresi dan nilai berkisar antara - 1.0 dan + 1.0.

5) Menilai identifikasi model

Dalam proses estimasi dengan program komputer, sering didapat hasil estimasi yang tidak logis atau *meaningless*, hal tersebut berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Problem identifikasi adalah ketidak mampuan *proposed* model untuk menghasilkan *unique estimate*. Untuk melihat ada tidaknya masalah identifikasi ada beberapa cara dengan melihat hasil estimasi yang meliputi:

- a) Adanya nilai standar error yang besar untuk satu atau lebih koefisien
- b) Ketidak mampuan program untuk *invert information matrix*
- c) Nilai estimasi yang tidak mungkin misalkan *error variance* yang negatif

d) Adanya nilai kolerasi yang tinggi (>0.90) antara koefisien estimasi.

6) Menilai kriteria Goodness-of-Fit

Langkah yang harus dilakukan sebelum menilai kelayakan dari model struktural adalah menilai apakah data yang akan diolah memenuhi asumsi model persamaan struktural.

Goodness-of-Fit mengukur kesesuaian input observasi atau sesungguhnya (matrik kovarian atau korelasi) dengan prediksi dari model yang diajukan (*proposed model*). Menurut Ghozali (2017) beberapa ukuran kesesuaian model melalui telaah pada berbagai kriteria *goodness-of-fit* antara lain:

a) *Chi-Square Statistic*

Nilai *chi-square* yang tinggi relative terhadap *degree of freedom* menunjukkan bahwa matrik kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata dan ini menghasilkan probabilitas (p) lebih kecil dari tingkat signifikansi (α). Sebaliknya nilai *chi-square* yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas (p) yang lebih besar dari tingkat signifikansi (α) dan ini menunjukkan bahwa input matrik kovarian antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan.

b) GFI

Goodness of Fit Index (GFI) yaitu ukuran non-statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (*poor fit*) sampai 1.0 (*perfect fit*). Nilai GFI tinggi menunjukkan fit yang lebih baik dan berapa nilai GFI yang dapat diterima sebagai nilai yang layak belum ada standarnya, tetapi banyak peneliti menganjurkan nilai di atas 90% sebagai ukuran *good fit*.

c) CMIN/DF

Adalah nilai *chi-square* dibagi dengan *degree of freedom*. Nilai ratio 5 atau kurang dari 5 merupakan ukuran yang *reasonable*. Ada pendapat lain mengungkapkan bahwa nilai ratio ini < 2 merupakan ukuran fit.

d) RMSEA

Root mean square error of approximation (RMSEA) merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan *statistic chi-square* menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0.05 sampai 0.08 merupakan ukuran yang dapat diterima.

e) AGFI

Adjusted Goodness-of-fit merupakan pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan rasio *degree of freedom* untuk proposed model dengan *degree of freedom* untuk null model. Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau > 0.90 .

f) TLI

Trucker-Lewis Index (TLI) atau lebih dikenal sebagai *nonnormed fit index* (NNFI). Metode ini untuk menggabungkan ukuran parsimony kedalam indek komparasi antara proposed model dan null model dan nilai TLI berkisar dari 0 sampai 1.0. Nilai TLI yang direkomendasikan adalah sama atau > 0.90 .

g) CFI

Comparative Fit Index (CFI) indeks kesesuaian incremental yang membandingkan model yang akan diuji dengan null model. Pengukuran ini sangat baik dalam mengukur tingkat penerimaan model, karena tidak dipengaruhi oleh besarnya sampel. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah > 0.90 .

7) Interpretasi dan Modifikasi model

Ketika model telah dinyatakan diterima, maka peneliti dapat mempertimbangkan dilakukannya modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau *goodness-of-fit*. Jika model dimodifikasi, maka model tersebut harus di *cross-validated* sebelum model modifikasi diterima. Nilai *modification indices* sama dengan terjadinya penurunan *chi-squares* jika koefisien diestimasi. Nilai sama dengan atau > 3.84 menunjukkan telah terjadi penurunan *chi-squares* secara signifikan.

3.5.3 Uji Hipotesis

Seluruh hipotesis yang diajukan akan diuji dengan melihat hasil dari analisis tanda dan besaran serta signifikansi value sesuai dengan yang telah ditentukan, apabila tanda sesuai dengan teori dan signifikan < 0.05 maka dinyatakan terbukti atau diterima, sedangkan jika tidak sesuai dengan teori dan signifikan >0.05 maka hipotesis di tolak.

