

BAB III

METODE PENELITIAN

3.6. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Fakultas Ekonomi UII. Alasan pemilihan FE UII sebagai lokasi penelitian adalah karena banyak mahasiswa FE UII yang menggunakan GO-JEK sehingga merupakan representatif yang cocok untuk melakukan penelitian.

3.7. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel penelitian yaitu *electronic word of mouth* (eWOM), citra merek dan minat beli konsumen.

3.8. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.8.1. Electronic word of mouth

Variabel pertama adalah *electronic word of mouth*. Berbagai jurnal mengenai eWOM mengacu pada definisi yang dijelaskan oleh Hening Thureau (2004) yakni 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. Selanjutnya dijelaskan oleh Goldsmith (2008) bahwa eWOM merupakan komunikasi sosial dalam internet di mana penjelajah web saling mengirimkan maupun menerima informasi terkait dengan produk secara online. eWOM merupakan variabel independen dari

minat beli. Pengukuran terhadap eWOM mengacu pada indikator yang dikembangkan oleh Jalilvand (2012) yang meliputi:

1. Untuk mengetahui produk atau merek apa yang membuat kesan yang baik bagi orang lain
2. Untuk memastikan membeli produk atau merek yang tepat
3. Membantu memilih produk atau merek yang tepat
4. Mengumpulkan informasi dari ulasan sebelum membeli produk atau merek tertentu
5. Menghilangkan kekhawatiran akan keputusan sendiri jika tidak membaca ulasan produk secara online dari konsumen lain ketika membeli produk
6. Untuk menumbuhkan rasa percaya diri dalam membeli produk / merek.

3.8.2. Citra Merek

Variabel selanjutnya dalam penelitian ini adalah citra merek. Menurut Keller (1993) mendefinisikan *citra merek* sebagai persepsi mengenai sebuah merek sebagaimana direfleksikan oleh asosiasi merek yang terdapat dalam benak konsumen. Keller (1993), mengemukakan dimensi dari citra perusahaan yang secara efektif dapat mempengaruhi brand equity yaitu terdiri dari :

- Atribut produk, manfaat dan perilaku secara umum, terkait kualitas dan inovasi.

- Orang dan relationship, terkait orientasi pada pelanggan (*customer orientation*).
- Nilai dan program, terkait kepedulian lingkungan dan tanggung jawab sosial.
- Kredibilitas perusahaan (*corporate credibility*), terkait keahlian, kepercayaan dan menyenangkan.

Dalam penelitian ini, dimensi atau indikator dari variabel citra merek perusahaan (citra merek), diproksi berdasarkan dimensi *corporate image* yang dikemukakan oleh Keller (1993) tersebut, maka citra merek terdiri 4 indikator sebagai berikut :

1. Profesionalisme yang mewakili pendekatan kualitas (*quality*) dari atribut, manfaat dan perilaku.
2. Modern yang mewakili pendekatan inovasi dari atribut, manfaat dan perilaku.
3. Melayani semua segmen masyarakat yang mewakili nilai dan program dari kepedulian terhadap lingkungan dan tanggung jawab social.
4. *Concern* pada konsumen yang merupakan pendekatan dari orientasi pada pelanggan (*customer orientation*).

3.8.3. Minat Beli

Variabel selanjutnya merupakan variabel dependen yaitu minat beli.

Minat beli adalah variabel dependen dari eWOM dan juga citra merek

dalam penelitian ini. Pengertian minat beli menurut Riyandika (2013), minat adalah sebuah rencana atau seperti halnya seseorang akan berperilaku di situasi tertentu dengan cara tertentu baik seseorang akan melakukannya atau tidak. Selain itu, Riyandika menambahkan bahwa di dalam minat terdapat empat elemen yang berbeda, yaitu perilaku, obyek dimana perilaku ditujukan, situasi dimana perilaku dilakukan, dan waktu dimana perilaku dilakukan. Pengukuran terhadap minat beli mengacu pada indikator menurut Schiffman dan Kanuk (2007) yaitu :

1. Ketertarikan mencari informasi yang lebih tentang produk.
2. Mempertimbangan untuk membeli.
3. Keinginan untuk mengetahui produk.
4. Tertarikan untuk mencoba produk.
5. Keinginan untuk memiliki produk.

3.9. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Ghozali, 2013). Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Dengan skala likert memungkinkan responden menjawab berbagai tindakan pada setiap butir pertanyaan penelitian. Skala likert dalam kuesioner ini menggunakan 5 pilihan dengan skor sebagai berikut :

Tabel 3.1
Pembagian Skala Penilaian

No	Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
1	Sangat Setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Cukup Setuju	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Ghozali (2013)

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Ghozali (2013) data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya (Ghozali, 2013). Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Kuesioner yang berupa pertanyaan disebarakan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pernyataan responden yang dilakukan secara tertutup, artinya responden hanya memilih jawaban-jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Adapun isi dari kuesioner tersebut sebagai berikut:

- Bagian 1 : berisi tentang eWOM
- Bagian 2 : berisi tentang Citra Merek
- Bagian 3 : berisi tentang Minat Beli

Untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel 30 buah kuesioner yang akan diuji. Uji validitas merupakan pengujian untuk menentukan suatu kuesioner sah atau tidak (Ghozali, 2013). Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan di dalamnya mampu

mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan bantuan SPSS, pengujian valid tidaknya suatu instrumen dapat dilihat dari tampilan *output Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated item total correlation*. Jika r hitung lebih besar daripada r Tabel dan nilai positif, maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Sedangkan uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur seberapa konsisten jawaban dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Pengukuran ini dapat dilakukan melalui bantuan SPSS dengan melihat nilai Cronbach Alpha. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha >0.60.

Jumlah sampel yang digunakan peneliti sebanyak 30 orang. Dengan demikian $df = 30-2$ yaitu 28. Tabel r menunjukkan pada df sebesar 28 dengan tingkat kesalahan 0,05 atau 5% memiliki nilai 0,3061.

Tabel 3.2
Hasil Uji Coba Validitas Angket

Variabel	Kode Indikator	r-hitung	r-Tabel	Hasil
eWOM	EW1	0,687	0,3061	Valid
eWOM	EW2	0,823	0,3061	Valid
eWOM	EW3	0,677	0,3061	Valid
eWOM	EW4	0,721	0,3061	Valid
eWOM	EW5	0,752	0,3061	Valid
eWOM	EW6	0,680	0,3061	Valid
Citra Merek	CM1	0,841	0,3061	Valid
Citra Merek	CM2	0,822	0,3061	Valid
Citra Merek	CM3	0,926	0,3061	Valid
Citra Merek	CM4	0,897	0,3061	Valid
Minat Beli	MB1	0,634	0,3061	Valid
Minat Beli	MB2	0,845	0,3061	Valid
Minat Beli	MB3	0,814	0,3061	Valid
Minat Beli	MB4	0,759	0,3061	Valid
Minat Beli	MB5	0,824	0,3061	Valid

Sumber : Data Primer, 2016

Dari perhitungan yang dilakukan terhadap masing-masing indikator variabel diperoleh hasil bahwa semua indikator memiliki r hitung yang lebih besar dari r Tabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua indikator variabel valid untuk melakukan pengujian penelitian.

Kemudian selanjutnya adalah uji reliabilitas yang dilakukan terhadap instrumen penelitian, dengan syarat bahwa indikator yang reliabel memberikan nilai Cronbach Alpha $>0,60$ (Ghozali, 2013).

Hasil pengujian reliabilitas masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3
Hasil Uji Coba Reliabilitas Angket

Variabel	Cronbach Alpha	Hasil
eWOM	0,800	Reliabel
Citra Merek	0,888	Reliabel
Minat Beli	0,832	Reliabel

Sumber : Data Primer. 2016

Pengujian reliabilitas variabel dengan melihat nilai Cronbach Alpha dari masing-masing variabel. Hasil pengujian yang ditunjukkan Tabel 3.3 memperlihatkan bahwa semua variabel dalam pengujian ini memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0.60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bersifat reliabel untuk melakukan perhitungan.

Berdasar hasil uji coba validitas dan reliabilitas instrumen penelitian yang dilakukan, seluruh instrumen atau indikator dinyatakan valid dan reliabel untuk melakukan pengujian penelitian.

3.10.....Populasi dan

Sampel

Menurut Ghozali (2013) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang masih aktif dari semua angkatan. Sedangkan sampel dipilih dengan metode *accidental sampling*. Metode *accidental sampling* yaitu metode dalam memilih sampel, dimana peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang tersebut ada di tempat tertentu atau kebetulan dia mengenal orang tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi penelitian ini dapat digunakan teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

keterangan :

e : tingkat kesalahan pengambilan sampel

N : jumlah populasi penelitian

n : jumlah sampel

Mahasiswa Fakultas Ekonomi yang aktif dari semua angkatan pada tahun ajaran 2015/2016 berjumlah 5413 orang. Tingkat kesalahan pengambilan sampel yang diinginkan oleh peneliti sebesar 10%. Oleh sebab itu jumlah sampel minimal yang harus diteliti oleh peneliti adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{5413}{1 + 5413 \cdot 0.1^2}$$

$$n = 98.18$$

$$n = 98 \text{ orang (dibulatkan kebawah)}$$

maka dari perhitungan diatas jumlah sampel minimal yang harus diteliti oleh peneliti adalah sebanyak 98 orang.

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *standar deviasi*, *varian*, *maksimum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali. 2013).

3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (Y) bila dua atau lebih independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Ghozali, 2013). Regresi linier berganda sangat bermanfaat untuk mendeteksi beberapa variabel yang berelasi dengan variabel yang di uji. Dalam penelitian ini regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* (eWOM) dan citra merek terhadap minat beli. Model analisis regresi dalam penelitian ini, secara matematis ditulis sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2$$

Keterangan :

- Y = Minat Beli
 a = konstanta
 b = koefisien regresi eWOM dan Citra Merek
 x_1 = eWOM
 x_2 = Citra Merek

3.6.2.1. Pengujian hipotesis secara parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2013) uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Prosedur pengujian uji T adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis operasional

H_0 : Tidak ada pengaruh positif eWOM dan citra merek secara parsial terhadap minat beli GO-JEK Yogyakarta.

H_a : Ada pengaruh positif eWOM dan citra merek secara parsial terhadap minat beli GO-JEK Yogyakarta.

2. Menentukan taraf signifikansi $\alpha = 5\% = 0,005$
3. Menetapkan kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis
 H_0 gagal ditolak jika nilai probabilita $(p) \geq \alpha = 5\%$
 H_0 ditolak jika nilai probabilita $(p) < \alpha = 5\%$
4. Menghitung nilai statistik

Menghitung nilai statistik yaitu menggunakan perhitungan dengan pendekatan alat statistika yaitu dengan program SPSS

5. Menarik kesimpulan

Mengambil kesimpulan dari prosedur 2 dan prosedur 3

3.6.2.2. Uji F

Menurut Ghozali (2013) uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

Prosedur pengujian uji F adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis operasional

H_0 : Tidak ada pengaruh positif eWOM dan citra merek secara bersama-sama terhadap minat beli GO-JEK Yogyakarta.

H_a : Ada pengaruh positif eWOM dan citra merek secara bersama-sama terhadap minat beli GO-JEK Yogyakarta.

2. Menentukan taraf signifikansi $\alpha = 5\% = 0,005$

3. Menetapkan kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis

H_0 gagal ditolak jika nilai probabilita $(p) \geq \alpha = 5\%$

H_0 ditolak jika nilai probabilita $(p) < \alpha = 5\%$

4. Menghitung nilai statistik

Menghitung nilai statistik yaitu menggunakan perhitungan dengan pendekatan alat statistika yaitu dengan program SPSS.

5. Menarik kesimpulan

Mengambil kesimpulan dari prosedur 2 dan prosedur 3

3.6.3. Koefisien Korelasi Berganda (R)

Korelasi berganda digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel bebas atau lebih yang secara bersama-sama dihubungkan dengan variabel terikatnya, sehingga dapat diketahui besarnya sumbangan seluruh variabel bebas yang menjadi obyek penelitian terhadap variabel terikatnya. Dalam penelitian ini untuk mengetahui variabel independen yaitu eWOM dan citra merek dengan minat beli sebagai variabel dependen (Y). Untuk memperoleh nilai persamaan koefisien korelasi dalam penelitian ini menggunakan SPSS.

3.6.4. Koefisien Determinasi Adjusted R²

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan koefisien determinasi Adjusted-R². Koefisien determinasi Adjusted-R² menunjukkan persentase total variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai

R^2 menunjukkan bahwa variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 0, maka variasi dari variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen. Jika dalam uji empiris nilai Adjusted- R^2 adalah negatif maka nilai Adjusted- R^2 dianggap bernilai 0. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$ maka Adjusted- $R^2 = R^2 = 1$ sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka Adjusted- $R^2 = (1 - k)/(n - k)$. Jika $k > 1$ maka Adjusted- R^2 bernilai negatif (Ghozali, 2013).

3.6.5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji heteroskedastisitas, multikolinieritas, normalitas dan linieritas.

3.6.5.1. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas. Pada penelitian ini uji heterokedastisitas menggunakan pendekatan grafik melalui uji glejser dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%. Prosedur pengujian heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional:

Ho : Tidak ada pengaruh heteroskedastisitas pada model

regresi berganda

Ha : Ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:

Ho : diterima jika residual pada gambar scatterplot terlihat menyebar secara acak.

Ho : ditolak jika residual pada gambar scatterplot tidak terlihat menyebar secara acak

3. Membuat gambar scatterplot

Pembuatan gambar scatterplot dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan prosedur 2 dan 3

3.6.5.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk melihat ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional

Ho : Tidak ada pengaruh multikolonieritas terhadap model regresi

Ha : Ada pengaruh multikolonieritas terhadap model regresi

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:

Ho diterima jika $VIF < 10$ dan toleransi > 0.1

Ho ditolak jika $VIF \geq 10$ dan toleransi ≤ 0.1

3. Menghitung nilai VIF dan toleransi

Perhitungan nilai VIF dan toleransi dilakukan dengan menggunakan program SPSS

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan prosedur 2 dan 3

3.6.5.3. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Normalitas model regresi dapat dilihat dari hasil perhitungan One Sample Kolmogorov-Smirnov test.

Adapun prosedur pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional :

Ho : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:

Ho : diterima jika tingkat signifikansi ≥ 0.05

Ho : ditolak jika tingkat signifikansi < 0.05

3. Penghitungan taraf signifikansi menggunakan program SPSS
4. Menarik kesimpulan sesuai dengan prosedur 2 dan 3

3.6.5.4. Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik (Ghozali, 2013). Pengujian linearitas dalam penelitian ini menggunakan uji Lagrange Multiplier (Ghozali, 2013). Uji ini bertujuan untuk mendapatkan c^2 hitung atau $(n \times R^2)$. Langkah pengujiannya adalah:

1. Lakukan regresi dengan persamaan utama:

$$PI = f(\text{BAWA}, \text{BASO}, \text{PEQ}, \text{BLO})$$

2. Jika dianggap persamaan tersebut sudah benar spesifikasinya, maka nilai residualnya harus dihubungkan dengan nilai kuadrat variabel dependen dengan persamaan regresi :

$$U_t = b_1 \cdot \text{BAWA}^2 + b_2 \cdot \text{BASO}^2 + b_3 \cdot \text{PEQ}^2 + b_4 \cdot \text{BLO}^2$$

3. Dapatkan nilai R^2 untuk menghitung c^2 hitung

4. Jika c^2 hitung $>$ c^2 tabel, maka hipotesis yang menyatakan model linear ditolak.

