

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Studi dilakukan pada kawasan Jabodetabek, yaitu Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi menjadi titik tempat. Adapun studi ini dilaksanakan pada rentang waktu Agustus sampai dengan Desember 2024. Berdasarkan laporan Kementerian Komunikasi dan Informatika (2023) tentang indeks masyarakat digital di Indonesia (IMDI) wilayah Jabodetabek juga merupakan salah satu wilayah dengan indeks masyarakat digital yang tinggi.

3.2 Desain Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai pembuktian melalui angka-angka atau numerik untuk memecahkan masalah penelitian. Kemudian, penelitian ini menggunakan desain penelitian yang bersifat kausal dalam menemukan hubungan potensial sebab-akibat (Sihotang, 2023). Variabel-variabel yang akan diidentifikasi hubungannya yaitu variabel independen *E-WOM*, *brand image* kepada variabel dependen yaitu *repurchase intention* melewati variabel mediasi *trust* untuk menemukan kesimpulan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi diperlukan agar data penelitian menjadi valid dan relevan. Penelitian ini menggunakan yaitu pelanggan Revou dimana mereka menempati kawasan Jakarta, Bogor, Tangerang, Depok dan Bekasi.

3.3.2 Sampel

Cara pengambilan non-probabilitas yaitu *purposive sample* dipakai, dimana terdapat aturan tertentu untuk memilih sampel dari populasi, metode ini memberikan persyaratan tertentu untuk mendapatkan sampel yang memiliki atribut atau fitur yang diperlukan atau diinginkan untuk penelitian (Agustianti *et al.*, 2022). Adapun kriteria-kriteria yang dibutuhkan peneliti yaitu:

- a) Sekurang-kurangnya berusia 17 tahun.
- b) Berdomisili di wilayah Jabodetabek.
- c) Pengguna yang telah membeli minimal satu kelas Revou selama satu tahun terakhir.

Terdapat pertimbangan peneliti menentukan kriteria responden yang berdomisili di wilayah Jabodetabek karena dengan mengacu pada laporan yang dikeluarkan Kominfo (2023) tentang indeks masyarakat digital di Indonesia (IMDI) menjelaskan bahwa daerah Jakarta, Jawa Barat dan Banten merupakan provinsi dengan nilai IMDI provinsi yang tinggi diatas nilai IMDI nasional dengan rincian

daerah Jakarta dengan nilai IMDI 51,07, Jawa Barat dengan nilai 44,99 dan Banten dengan nilai 44,30 merupakan provinsi dengan nilai IMDI diatas perhitungan IMDI nasional yang sebesar 43,18. Tingginya tingkat IMDI mencerminkan tingginya basis pengukuran tingkat kompetensi atau permintaan keterampilan digital masyarakat Indonesia.

Kriteria pertama karena dengan usia minimal 17 tahun karena menurut Rosya (2023) merupakan usia yang mempunyai tingkat pemahaman yang tinggi terhadap pernyataan atau materi yang diberikan. Selain itu, seseorang yang berusia 17 tahun ke atas dianggap dewasa dalam membuat keputusan sendiri karena memiliki pola pikir yang mandiri (Adlina, 2021). Adapun mengenai jumlah sampel, Hair *et al* (2018) menyatakan untuk ukuran sampel kritis dalam analisis LISREL yaitu 200. Sehingga ukuran sampel minimal untuk penelitian ini yaitu 200 responden.

3.4 Pengembangan Instrumen

Pengembangan instrumen penelitian dapat menggambarkan konsep variabel yang diangkat dalam penelitian. Berikut ini merupakan pengembangan instrumen yang mencakup empat variabel penelitian utama, yaitu:

3.4.1 Variabel Penelitian

a. Variabel Independen

Variabel bebas yaitu *brand image*, *electronic word of mouth* (E-WOM).

b. Variabel Terikat

Selanjutnya satu variabel terikat atau dependen yaitu variabel *repurchase intention*.

c. Variabel *Intervening*

Terakhir, satu variabel *intervening* yaitu *trust*.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Kode	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Brand Image</i>	BI3	<i>Brand X is a representative of the industry</i>	<i>Bootcamp Revou</i> merupakan pelatihan keterampilan yang merepresentasikan industri <i>edutech</i> .	(Cheung et al., 2020), (El-Said, 2020)
	BI2	<i>The reputation of the hotel brand</i>	<i>Bootcamp Revou</i> merupakan <i>bootcamp</i> yang bereputasi	
	BI1	<i>Brand X is a leading company</i>	<i>Bootcamp Revou</i> merupakan perusahaan yang memimpin di industri <i>edutech</i> .	
	BI4	<i>Compared to other brands, Brand X products are of high quality</i>	Dibandingkan dengan merek lain, <i>bootcamp revou</i> lebih berkualitas tinggi	
	BI5	<i>The reliability of the hotel brand</i>	<i>Bootcamp Revou</i> merupakan <i>bootcamp</i> yang dapat diandalkan	
	BI6	<i>The attractiveness of the hotel brand</i>	<i>Bootcamp Revou</i> merupakan pelatihan skill yang menarik	
<i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	EWOM1	<i>I often read other consumers' / friends' posts on the Facebook fan pages of smartphone brands to gather information about products/brands.</i>	Saya sering membaca postingan konsumen / teman lain pada media sosial <i>Revou</i> untuk mengumpulkan informasi tentang produk/merek <i>bootcamp</i> mereka	(Tandon & Aakash, 2020) (Rao et al., 2021)
	EWOM2	<i>I often read other consumers' / friends' posts on the Facebook fan pages of smartphone brands to</i>	Saya sering membaca postingan konsumen / teman lain pada media sosial <i>Revou</i> untuk	

		<i>make sure I buy the right product/brand.</i>	memastikan saya membeli <i>bootcamp</i> yang tepat	
	EWOM3	<i>I often read other consumers' /friends' posts on the Facebook fan pages of smartphone brands to know what products/brands make a good impression on others.</i>	Saya sering membaca postingan konsumen / teman lain di halaman media sosial Revou untuk mengetahui <i>bootcamp</i> apa yang memberikan kesan baik bagi orang lain.	
	EWOM4	<i>The reviews provide explicit information about the product</i>	Ulasan-ulasan yang ada memberikan informasi yang eksplisit tentang <i>bootcamp</i> Revou	
	EWOM5	<i>The reviews provide relevant information related to the product</i>	Ulasan-ulasan yang ada memberikan informasi yang relevan tentang <i>bootcamp</i> Revou	
Trust	T1	<i>The mobile learning systems are trustworthy</i>	<i>Bootcamp</i> yang disediakan oleh Revou dapat dipercaya	(Hameed et al., 2022)
	T2	<i>The mobile learning systems have a good reputation as other systems</i>	<i>Bootcamp</i> yang disediakan oleh Revou memiliki reputasi dibandingkan <i>bootcamp</i> yang lain	
	T3	<i>The mobile learning systems are competent as other systems.</i>	<i>Bootcamp</i> yang disediakan oleh Revou lebih kompeten dibandingkan <i>bootcamp</i> yang lain	
	T4	<i>I do not doubt the reputation of mobile learning systems.</i>	Saya tidak meragukan reputasi layanan <i>bootcamp</i> dari Revou	
	T5	<i>The mobile learning systems are effective as other systems.</i>	<i>Bootcamp</i> yang disediakan oleh Revou lebih efektif dibandingkan <i>bootcamp</i> yang lain	
Repurchase Intention	RI1	<i>I will consider these products as my first option for purchasing in relation to others</i>	Saya akan mempertimbangkan <i>bootcamp</i> di Revou sebagai pilihan pertama saya untuk membeli dibandingkan dengan <i>bootcamp</i> lain	(Singh & Alok, 2022) (Phan Tan, 2023)
	RI2	<i>I will encourage friends, neighbors, and family to buy and consume organic food</i>	Saya akan mendorong orang lain untuk membeli program <i>bootcamp</i> di Revou	
	RI3	<i>The probability that I will use this brand again is high</i>	Kemungkinan saya akan menggunakan <i>bootcamp</i> Revou ini lagi tinggi	
	RI4	<i>I will consume organic food again</i>	Saya berniat membeli kembali program <i>bootcamp online</i> yang tersedia di Revou.	

R15	<i>If I had to do it over again, I would choose this brand</i>	Jika saya harus mengikuti <i>bootcamp</i> lagi, saya akan memilih <i>bootcamp</i> Revou ini
R16	<i>I intend to increase the consumption volume of organic food</i>	Saya berharap untuk mengikuti lebih banyak program <i>bootcamp online</i> yang ditawarkan oleh Revou.

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Ratnaningtyas *et al* (2022) menerangkan data primer, yang berarti langsung dari sumber asli nya. Metode survei, didistribusikan melalui internet menggunakan Google Forms, digunakan untuk mengumpulkan data penelitian awal kepada responden dengan kriteria tertentu dengan berisi berbagai pernyataan yang telah disusun agar mendapatkan informasi yang akurat.

3.6 Skala Pengukuran

Skala *likert* yaitu berfungsi untuk mengetahui perilaku, pandangan, cara seseorang melihat peristiwa tertentu (Hasibuan *et al.*, 2023). Skala berjumlah enam berurutan dan tidak menyertakan skor tengah supaya jawaban tidak berpihak pada salah satu opsi. Skala *likert* enam poin juga reliabel daripada skala likert lima poin (Badri *et al.*, 2022). Setiap skala yang diberikan menggunakan skor, yaitu:

Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor	Kode
Sangat Tidak Setuju	1	STS
Tidak Setuju	2	TS
Agak Tidak Setuju	3	ATS
Agak Setuju	4	AS
Setuju	5	S
Sangat Setuju	6	SS

Sumber: Sukardi (2021)

3.7 Teknik Analisis Data

Software SPSS versi 25 juga LISREL digunakan sebagai analisis.

Alasan penggunaan *software* LISREL disebabkan sebagai program SEM yang memberikan informasi hasil uji statistik secara rinci (Qomusuddin & Romlah, 2022). Kemudian, SPSS digunakan karena merupakan alat statistik yang memungkinkan pemrosesan data statistik secara cepat dan akurat. SPSS sangat disukai karena bentuk pemaparannya yang menarik, yang terdiri dari grafik dan tabel, sifatnya yang dinamis yang berarti bahwa data dapat dianalisis dengan mudah dan menghubungkan dengan program lain secara mudah seperti ekspor dan impor data (Clan *et al.*, 2024).

3.7.1 Analisis Deskriptif

Hanafiah *et al.*, (2020) analisis tersebut bertujuan dalam merekapitulasi data permasalahan yang ada dengan sebenarnya dan tidak bermaksud membuat generalisasi.

3.7.2 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu bentuk alat uji dengan tujuan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian sah atau tidak. Suatu instrumen dikatakan valid jika item-itemnya dinyatakan valid berdasarkan hasil pengujian instrumen (Soesana *et al.*, 2023). Pengujian validitas *pearson* dapat kuat valid jika r hitung $\geq r$ tabel. (Ghozali, 2021).

Kemudian, nilai *loading factor* menjadi pertimbangan dalam memastikan variabel menunjukkan struktur yang dihitung. *Average*

Variance Extracted (AVE) juga digunakan sebagai pengukuran karena dapat menjabarkan sejauh mana konstruk item dibagi dalam model persamaan struktural. Agar dapat dikatakan valid dapat dilihat melalui nilai AVE dan *factor loading*. Item dikatakan valid jika faktor *loading* dan AVE lebih dari 0,50. (Hair *et al.*, 2019).

3.7.3 Uji Reliabilitas

Soesana *et al.*, (2023) berpandangan jika pengujian tersebut difungsikan mengukur data studi supaya dapat diandalkan. Selain itu, uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah jawaban responden konsisten dengan instrumen penelitian.

Mengukur tingkat kevalidan terdapat ketentuan yang ditetapkan. Besaran *cronbach alpha* variabel $> 0,6$ dapat diandalkan. Kemudian, *composite reliability* digunakan dalam mengukur sebuah struktur. Jika nilai reliabilitas komposit lebih dari 0,7, maka reliabilitasnya dianggap baik. (Hair *et al.*, 2019).

3.7.4 Uji Kesesuaian Model

Perhitungan SEM digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sarwono (2023) SEM atau yang biasa disebut metode *hybrid* merupakan teknik yang didalamnya termasuk komponen analisis faktor, analisis jalur dan regresi atau struktural. Untuk mengetahui dan menentukan sesuai atau tidak sesuainya sebuah model SEM berdasarkan *fit indices*.

Absolute fit measure adalah ukuran kesesuaian umum untuk model struktural dan pengukuran. Alat pengujian untuk pengukuran kesesuaian absolut termasuk :

- a) *Chi-Square* (X^2), Merupakan nilai ini adalah nilai paling mendasar untuk model fit. Nilai ideal untuk *Chi Square* adalah < 3 .
- b) *Goodness of Fit Index*, mengukur model ideal dan harus memiliki minimal besaran $> 0,90$.
- c) *Root Mean Square Residual*, yaitu rerata nilai seluruh residu standar. Nilai ini berguna untuk membandingkan kesesuaian dengan beberapa model. Nilai Standar RMSR untuk model yang memiliki kecocokan yang baik kurang 0,05.
- d) *Root Mean Square Error of Approximation*, untuk kecocokan model. Besaran RMSEA digunakan dengan $0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$ memperlihatkan kecocokan yang baik.

Incremental Fit Indices yaitu ukuran yang digunakan untuk mencermati model disarankan dengan apa yang ditentukan.

- a) *Adjusted Goodness of Fit Index*, Nilai berfungsi sama dengan nilai GFI, dengan berbeda penyesuaian nilai *degree of freedom* (DF) dengan struktur model. $AGFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*.

- b) *Tucker-Lewis Index* atau *Non Normed Fit Index*, adalah nilai dalam mengetahui diterimanya sebuah model. Nilai $TLI \geq 0,95$ dapat diterima.
- c) *Comparative Fit Index*, Nilai CFI jika nilainya menuju kearah satu, memiliki derajat peluang penerimaan besar. $CFI \geq 0,90$ menunjukkan kesesuaian ideal.

Tabel 3. 3 Goodness of Fit Indices

Goodness of fit Indices	Cut of Value
Chi-Square	<3
GFI	$\geq 0,90$
RMSR	< 0,05
RMSEA	$\leq 0,08$
AGFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

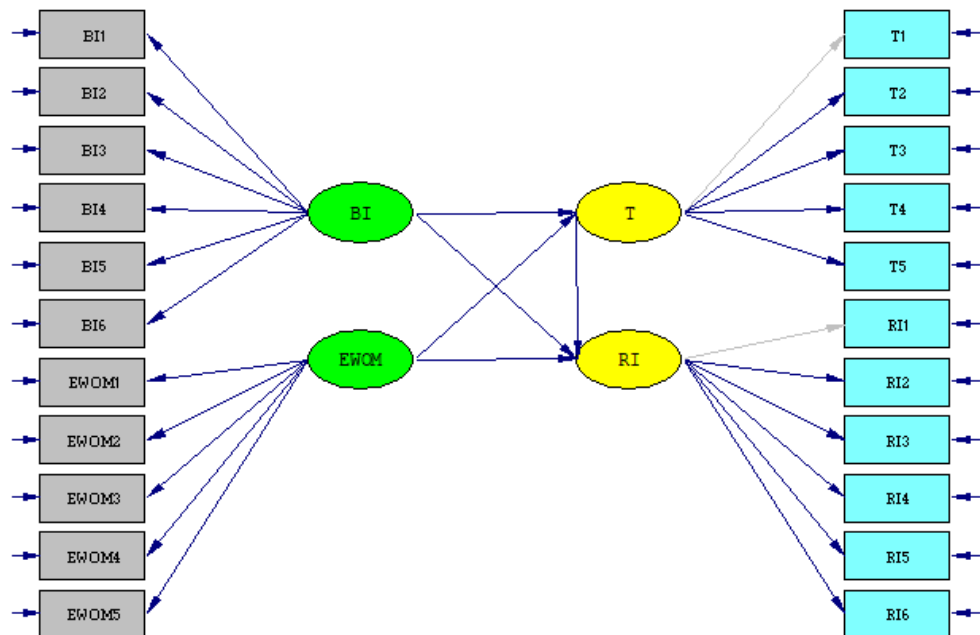
Sumber: Narimawati dan Sarwono (2022)

3.7.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan membandingkan *t-values* pada derajat relevansi 0,05 dengan *t-table*. Ada kemungkinan hipotesis diterima pada nilai *t* lebih tinggi dari 1,96 (Sarwono, 2023).

3.7.7 Model SEM

Gambar berikut menunjukkan bentuk diagram lengkap SEM yang digunakan Adapun *brand image* di wakili kode BI, *electronic word of mouth* di wakili kode E-WOM, T adalah variabel *trust*, dan RI adalah variabel *repurchase intention*.



Gambar 3. 1 Model SEM Konseptual

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

