

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Menurut data APJII (2017), wilayah pulau Jawa merupakan wilayah dengan pengguna internet terbanyak sebesar 57,78%. Tempat penelitian akan dilaksanakan di wilayah DKI Jakarta yaitu di ITC Roxy Mas. Peneliti memilih ITC Roxy Mas karena tempat tersebut merupakan salah satu pusat penjualan *smartphone* yang ada di DKI Jakarta selain itu tempat tersebut mudah dijangkau oleh peneliti.

3.1.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli - November 2018.

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2014), metode penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan sebab-akibat (kausalitas) antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah *e-WOM* dan *country image* dan variabel terikat adalah *purchase intention*.

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Survei akan dilakukan pada pengunjung ITC Roxy Mas. Menurut Sugiyono (2014), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilandasi atas suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab akibat). Sedangkan menurut Malhotra (2009), metode survei adalah kuesioner terstruktur yang diberikan kepada responden, dimana kuesioner tersebut dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden. Untuk memperoleh data kuantitatif yang akurat penelitian ini menggunakan dua macam data yaitu data primer dan data sekunder:

Desain penelitian menggunakan jenis penelitian kausal dan deskriptif. Desain penelitian kausal adalah penelitian yang meneliti hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel (Malhotra, 2009:93). Sedangkan deskriptif menurut Malhotra (2009:94) adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel bebas dan variabel terikat.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih merupakan seluruh pengunjung ITC Roxy Mas.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun teknik sampel yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu, teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2014). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *teknik Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2014), *teknik Purposive Sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu. Dalam terdapat dua pertimbangan yang dipilih peneliti dalam memilih sampel, yaitu:

1. Pengunjung ITC Roxy Mas
2. Pengunjung ITC Roxy Mas yang berminat untuk membeli *smartphone* ASUS

Menurut Roscoe dalam Sekaran (2009), memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria/wanita, pegawai negeri/swasta, dan sebagainya), maka jumlah sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing kelompok antara 10 sampai dengan 20

Tabel III.1
Jumlah Responden Penelitian Terdahulu

| No | Sumber | Jumlah Responden | Lokasi |
|----|--|------------------|--------------------------|
| 1 | You-Kyung Lee dan Charles Arthur Robb (2016) | 103 | <i>Afrika Selatan</i> |
| 2 | Nor Sara, dan Wan Edura (2015) | 200 | Malaysia |
| 3 | Shahrinaz <i>et al.</i> (2016) | 380 | Kota Samarahan, Malaysia |
| 4 | Thi Minh Ly Pham, Thao Thien Ngo (2017) | 379 | Vietnam |
| 5 | Reham I. Elseidi, dan Dina El-Baz (2016) | 469 | Kairo, Mesir |
| 6 | Torlak <i>et.al.</i> (2014) | 248 | <i>Turki</i> |

Sumber: data diolah oleh Peneliti (2018).

Berdasarkan pada teori Roscoe dalam Sekaran (2009), peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Alasan peneliti memilih 150 responden karena jumlah tersebut berada di antara rentang 30 sampai dengan 500 responden. Responden yang memenuhi kriteria

penelitian adalah pengunjung ITC Roxy Mas dan pengunjung ITC Roxy Mas yang berminat membeli *smartphone* ASUS.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder, sebagai berikut:

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diambil pada lokasi atau lapangan data yang didapat dari sumber, dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang diisi oleh responden, meliputi identitas dan tanggapan responden. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data primer dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis atau verbal, yang dijawab responden (Malhotra, 2011).

Tipe kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan pertanyaan-pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup akan membantu responden menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Malhotra (2011), data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan untuk tujuan lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan dan informasi dokumentasi lain yang diambil melalui sistem *online* yang layak dijadikan sumber.

3.5. Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Berikut ini penjabaran terkait variabel-variabel tersebut:

3.5.1 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2014), variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas (*independent variable*). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purchase intention*.

3.5.2 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2014), variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *e-WOM* dan *country image*.

Dari variabel terikat dan bebas tersebut, terdapat dimensi-dimensi dan indikator-indikator yang digambarkan pada tabel di bawah ini:

Tabel III.2
Operasional Variabel

| Variabel | Dimensi | Indikator | Sumber | Skala |
|---|---------------------|--|------------------------------------|--------|
| <i>Purchase Intention</i> | Minat Transaksional | 1. Memiliki rencana untuk membeli produk dalam waktu dekat 2. Ingin memiliki produk tersebut | Ferdinand (2002) | Likert |
| | Minat Refrensial | 3. Mereferensikan produk kepada orang lain 4. Memberikan informasi mengenai produk kepada orang lain | | |
| | Minat Preferensial | 5. Memiliki prefensi yang kuat 6. Lebih memilih produk tersebut dibandingkan merek lain | | |
| | Minat Eksploratif | 7. Mencari informasi produk melalui orang terdekat yg telah menggunakan produk tersebut 8. Mencari informasi produk melalui internet | | |
| <i>electronic word-of-mouth (e-WOM)</i> | | 9. Membaca <i>review online</i> untuk mengetahui produk yang memberikan kesan bagus 10. Membaca <i>review online</i> untuk memastikan membeli produk yang benar 11. Mencari keterangan lewat <i>review online</i> untuk memilih produk/merek yang benar 12. Mengumpulkan informasi dari <i>review online</i> sebelum membeli produk 13. Merasa khawatir dalam membeli produk jika tidak membaca <i>review online</i> 14. Merasa yakin dalam membeli produk jika telah | Bambauer-Sachse dan Mangold (2011) | Likert |

| | | <i>membaca review online</i> | | |
|----------------------|-----------------------------------|--|--------------------------|--------|
| <i>Country image</i> | Inovasi <i>(Inovativeness)</i> | 15. Tingkat industrialisasi produk 16. Perkembangan teknologi | Roth dan Romeo (1992) | Likert |
| | Desain <i>(Design)</i> | 17. Design produk 18. Varian warna 19. Variasi produk | | |
| | Prestis <i>(Prestige)</i> | 20. Kebanggaan 21. Reputasi | | |
| | <i>Workmanship</i> | 22. Kualitas produk 23. Fitur produk | | |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2018)

3.6. Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan *likert scale* yang terdiri dari lima tingkat. *Likert scale* secara luas menggunakan skala penilaian yang mengharuskan responden untuk menunjukkan setuju dan tidak setuju dengan masing-masing pernyataan tentang objek stimulus. Biasanya, setiap *item* skala memiliki lima kategori respon, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju" (Malhotra, 2011).

Likert scale paling sering digunakan dengan pernyataan sikap atau pernyataan tipe faktual. (Malhotra, 2011). *Likert scale* terdiri dari lima tingkat untuk mengekspresikan sikap atau jawaban responden sebagai berikut:

Tabel III.3

Skala *Likert*

| Kriteria Jawaban | Skor | Kode |
|---------------------|------|------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | STS |
| Tidak Setuju | 2 | TS |
| Biasa Saja | 3 | BS |
| Setuju | 4 | S |
| Sangat Setuju | 5 | SS |

Sumber: Malhotra (2011)

3.7. Metode Analisis

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis data bertujuan untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari data yang terkumpul. Peneliti menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) 22 for Windows untuk

mengolah dan menganalisis data yang dikumpulkan untuk penelitian ini.

3.7.2 Uji Validitas

Validitas menurut Sekaran dan Bougie (2009) ialah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur konsep tertentu. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Malhotra (2009: 288), validitas merupakan instrumen dalam kuisisioner yang dapat digunakan untuk mengukur perbedaan karakteristik objek, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuisisioner yang digunakan untuk penelitian. Instrumen yang reliabel belum tentu valid.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka item dikatakan valid, begitupula sebaliknya. Dalam penelitian ini r_{hitung} dicari menggunakan program SPSS versi 22, sedangkan r_{tabel} dicari menggunakan tabel r, dengan tingkat signifikan 5%.

3.7.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Menurut Ghozali (2011), uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 adalah baik.

Pengujian instrumen biasanya dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* karena instrumen penelitian berbentuk kuesioner. Priyatno (2010) berpendapat untuk menguji kehandalan suatu kuesioner adalah dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Pada penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan rumus alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

σb^2 = jumlah varians butir

k = banyaknya butir pertanyaan

σ^2 = jumlah varians total

3.7.4 Kesesuaian Model

Penelitian ini menggunakan analisis data yang bertujuan untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari data yang terkumpul. Peneliti menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) 22 for Windows.

Teknik penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. analisis regresi linear berganda adalah uji statistik parametrik untuk mengetahui adakah pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap sebuah variabel dependen. Ada beberapa asumsi-asumsi yang harus dipenuhi uji regresi. Asumsi tersebut seperti uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinieritas, dan uji linieritas.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen diantara keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang baik harus memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

Penelitian ini menggunakan *one-sample Kolmogorov-smirnov test* dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05. Selain menggunakan uji statistik, dalam penelitian ini juga menggunakan analisis grafik normal probability plot (P-Plot)

dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

2. Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2011) uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2011) uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas, namun jika berbeda disebut dengan heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini menggunakan analisis uji *spearman's rho* dengan mengkorelasikan nilai residual dengan masing-masing variabel penelitian, dengan syarat jika nilai signifikansi korelasinya $< 0,05$ maka terjadi heterokedastisitas dan

jika nilai sig signifikan korelasinya $> 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas yaitu jika nilai *tolerance value* $< 0,10$ dan $VIF > 10$ terjadi multikolinieritas. dan jika nilai *tolerance value* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ tidak terjadi multikolinieritas.

3.7.5 Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan, antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Perhitungan regresi linear berganda dihitung sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (*purchase intention*)

a = Konstanta

b1 s/d b2 = Koefisien regresi

X1 = *e-WOM*

X2 = *Country image*

e = Variabel pengganggu (*error*)

2. Uji Regresi Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X1, X2,Xn) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Kriteria pengujiannya adalah H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka koefisien korelasi dinyatakan signifikan dan H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka koefisien korelasi dinyatakan tidak signifikan.

3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel independen (X1, X2,Xn) secara terhadap variabel dependen (Y). Menurut Priyatno (2010: 66), koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentasi variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka persentase yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.