

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Tempat yang peneliti pilih untuk dijadikan penelitian skripsi adalah di *dealer* Proton di daerah Jakarta. Pemilihan daerah Jakarta karena lebih banyak ditemui konsumen produk Proton yang ada di Indonesia. Alasan mengapa peneliti tertarik untuk mengambil objek mobil produk Proton sebagai objek penelitian karena mobil produk Proton adalah produk mobil baru yang berasal dari Malaysia yang dimana diketahui belum memiliki citra yang baik sebagai produsen mobil, kemudian banyaknya sentimen negatif terhadap *word of mouth* dari produk Proton tersebut yang menyebabkan penurunan penjualan setiap tahun dari awal pertama kali produk Proton masuk di Indonesia.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu yang dipakai peneliti untuk melaksanakan penelitian ini dimulai dari bulan Maret 2017 – Januari 2019.

3.1.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini akan dilakukan kepada responden di daerah Jakarta yang mengetahui dan belum memiliki mobil Proton.

3.1.4 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Produk Proton yang ada di Jakarta.

3.2 Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei konsumen yang mengetahui produk proton di wilayah Jakarta, dimana menurut Malhotra (2009:161), riset kuantitatif adalah metodologi riset yang berupaya untuk mengkuantifikasi data, dan biasanya menerapkan analisis statistik tertentu.

Desain penelitian ini adalah *explanatory* dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Menurut Malhotra (2009:93-196) penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel bebas dan variabel terikat. Sedangkan penelitian kausal adalah penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel. Penelitian kausal dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta atau pembuktian hipotesis dari hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan metode survei dalam pengumpulan data. Metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik. Intinya adalah untuk mengukur penelitian menggunakan kuesioner yang didalamnya terdapat informasi berupa pertanyaan-pertanyaan di tiap variabel yang dibuat oleh peneliti yang diajukan kepada responden, dan diharapkan responden mampu menjawab apa yang benar mereka ketahui dan membantu mengisi kuesioner yang dibagikan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Malhorta (2009:338), “*population is the aggregate of all the elements, sharing some common set of characteristic, that comprises the universe for the purpose of the marketing research problem*”, yaitu populasi adalah keseluruhan dari semua elemen, berbagi beberapa seperangkat karakteristik, yang terdiri alam semesta untuk tujuan masalah riset pemasaran. Sedangkan menurut Husaini (2006:181) Populasi ialah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, dari karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah belum memiliki dan berminat membeli mobil produk proton di daerah Jakarta. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi *infinite*, karena peneliti tidak mengetahui berapa angka pasti jumlah orang yang mengetahui tentang mobil produk proton di jakarta.

3.3.2 Sampel

Menurut Malhorta (2009:339), sampel adalah subkelompok dari elemen dari populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang mewakili populasi.

Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Menurut Malhorta (2009:371) *non-probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak

menuggunakan prosedur pemilihan peluang melainkan mengandalkan *judgement* pribadi peneliti.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013:218-219) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti. Alasan peneliti menggunakan metode *purposive sampling* adalah karena peneliti mengharapkan sampel yang akan diambil memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu responden pengguna mobil dan konsumen yang mengetahui tentang mobil produk Proton di daerah Jakarta.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2013:117) adapun penentuan jumlah sampel yang dikembangkan adalah sebagai berikut:

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 lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya

variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasarkan pada teori Roscoe tersebut lebih tepatnya mengacu pada teori Roscoe nomor satu, maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 200 orang responden, karena angka ini berada di tengah rentang jumlah sampel, antara 30 sampai dengan 500. Dalam hal ini responden yang memenuhi kriteria adalah responden yang mengetahui mobil produk Proton yang berada di wilayah Jakarta maupun yang berdomisili di Jakarta.

Tabel 3.1

Kajian Penelitian Terdahulu

No	Sumber	Jumlah Responden	Lokasi	Teknik Analisa Data
1	Azim, et.al.2014	204	Iran	SEM
2	RAYH et.al.2014	200	Indonesia	PATH ANALYSIS
3	Hashim et.al.2016	350	Pakistan	Correlation Analysis
4	Chang et.al.2011	175	Taiwan	Descriptive Statistics
5	Aschalew et.al.2014	189	Ethiopia	Amos 18

6	Susanti et.al.2010	100	Indonesia	Path analysis
7	Diana Et.al.2013	154	Indonesia	SEM
8	Nor et.al.2016	200	Malaysia	Pearson correlation
9	Abdollah et.al.2016	311	Iran	SEM

Sumber:*Data dikelola oleh peneliti(2017)*

3.4 Metode Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan mengumpulkan data langsung dari responden yang mengetahui tentang mobil produk Proton. Data primer menurut Malhotra (2009:41), yaitu data yang berasal dari sumber data yang langsung atau khusus memberikan data kepada pengumpul data untuk mengatasi masalah penelitian. Data ini didapat dari sumber pertama misalnya hasil dari pengisian kuesioner oleh responden yang biasa dilakukan oleh peneliti.

Menurut Suroyo anwar (2010:168) angket atau kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden, yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden.

Peneliti melakukan survey dengan menyebarkan kuesioner dengan cara memberikan pernyataan dalam angket yang sudah disiapkan kepada responden yang mengetahui tentang mobil produk Proton yang berdomisili di wilayah

Jakarta. Dengan seperti itu, responden diharapkan mampu memberikan jawaban yang sesuai dengan pernyataan dalam kuesioner penelitian.

3.5 Operasional Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Independen

Variabel Independen atau Variabel Bebas menurut Malhorta (2009:221), adalah variabel bebas yang dimanipulasi (yaitu tingkat variabel-variabel ini diubah-ubah oleh peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Country of Origin*(X1) dan *Word of Mouth* (X2).

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel Dependen atau Variabel Terikat menurut Malhorta (2009:221), adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Purchase Intention* (Y).

Dari variabel independen, dan dependen tersebut masing-masing variabel memiliki dimensi-dimensi dan indikator-indikator yang digambarkan pada tabel di bawah ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Sumber
<i>Country of Origin</i>	<i>General Country Attributes</i>	1. Malaysia dikenal sebagai negara maju di bidang produsen mobil melalui merk Proton 2. Repotasi Malaysia baik sebagai	Shabrina, (2014)

		<p>produsen mobil melalui merk Proton</p> <p>3. Sumber daya manusia di Malaysia dikenal andal sebagai produsen mobil melalui merk Proton</p>	
	<i>General Product Attributes</i>	<p>4. Kualitas produk Proton dikenal baik yang berasal dari Malaysia</p> <p>5. Produk Proton dikenal inovatif dan kreatif yang dibuat oleh Malaysia</p>	Shabrina, (2014)
	<i>Specific Product Attributes</i>	<p>6. Bahan baku yang digunakan produk Proton asal Malaysia bagus</p> <p>7. Tingkat keawetan produk Proton asal Malaysia dikenal baik dan tahan lama</p> <p>8. Harga produk Proton asal Malaysia bisa bersaing dengan harga produk merek lain</p>	Shabrina, (2014)
<i>Word of Mouth</i>	<i>Cognitive content</i>	<p>1. Informasi yang saya dapatkan mengenai produk Proton akurat (antara informasi dan kenyataan sama)</p> <p>2. Informasi yang saya dapatkan mengenai produk Proton berdasarkan respon terhadap masalah, persepsi, dan harga atau nilai.</p>	Andari, (2016)
	<i>Richness of content</i>	<p>3. Rekomendasi yang saya dapatkan mengenai produk Proton memiliki informasi yang jelas.</p>	Andari, (2016)

		4. Kekayaan informasi produk Proton yang saya dapatkan meliputi aspek konten, seperti bahasa digunakan dan informasi yang terlibat dalam pesan sangat baik	
	<i>Strength of delivery</i>	5. Kekuatan pesan mengenai Produk Proton yang saya dapatkan sangat baik. 6. Saya sering mendengar informasi tentang produk Proton di lingkungan keseharian saya 7. Beberapa orang merekomendasikan kepada saya seputar produk Proton dengan menjelaskan kelebihan produk tersebut.	Andari, (2016)
<i>Purchase Intention</i>	Minat Transaksional	1. Saya berminat untuk membeli produk Proton 2. Saya berniat memiliki produk Proton buatan Malaysia di masa yang akan datang	Jennifer, (2014)
	Minat Refrensial	3. Saya tertarik terhadap produk Proton melalui rekomendasi dari orang lain 4. Saya berminat terhadap produk Proton melalui informasi yang jelas yang disampaikan orang lain	Jennifer, (2014)
	Minat Prefensial	5. Saya berminat terhadap produk Proton karena produk Proton adalah pilihan utama saya 6. Saya berminat terhadap produk	Jennifer, (2014)

		Proton karena saya suka produk Proton	
	Minat Eksploratif	7. Saya berminat terhadap produk Proton berdasarkan pencarian informasi yang saya lakukan untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. 8. Saya berminat terhadap produk Proton karena saya sudah mengetahui produk Proton	Jennifer, (2014)

Sumber: Data dikelola oleh peneliti (2017)

3.6 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai alat penelitian untuk mengukur pernyataan yang tercantum pada kuisisioner. Menurut Malhotra (2009:298), skala pengukuran *likert* yaitu skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Nilai-nilai yang diberikan dari tiap skala adalah:

Tabel 3.3

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: Data dikelola oleh peneliti (2017)

3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis dipakai untuk menginterpretasikan serta menarik kesimpulan dari data-data yang sudah terkumpul. Peneliti menggunakan *software* SPSS versi 23. Program olah data SPSS ini sangat membantu dalam proses pengolahan data, sehingga hasil olah data yang dicapai juga dapat dipertanggungjawabkan dan terpercaya. Tujuan dari metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul.

3.7.1 Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk membuat gambaran dari setiap jawaban yang diberikan responden pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti. Menurut Nazir (2017), metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Peneliti menggunakan *Multiple Linear Regression* sebagai alat untuk menganalisis variabel-variabel yang akan diteliti karena variabel bebas yang

diteliti memiliki lebih dari satu variabel bebas. Menurut Hair *et al.* (2010:161), analisis regresi berganda adalah teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen tunggal dan beberapa variabel independen. Tujuan analisis regresi berganda adalah dengan menggunakan variabel independen yang nilainya diketahui untuk memprediksi nilai dependen tunggal yang dipilih oleh peneliti.

3.7.2 Uji Validitas dan Realiabilitas

Salah satu uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Menurut Malhotra (2009:288), validitas merupakan instrumen dalam kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur perbedaan karakteristik objek, bukan kesalahan sistematik. 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 kuesioner yang digunakan untuk penelitian. Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling (KMO)* and *Bartlett Test of Sphericity*. Teknik ini adalah indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya. Jika jumlah kuadrat koefisien korelasi parsial di antara seluruh pasangan variabel bernilai kecil

jika dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka akan menghasilkan nilai KMO mendekati 1. Nilai KMO dianggap mencukupi jika lebih dari 0,5.

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur tingkat keandalan suatu kuesioner yang menggambarkan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan 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 (2010:97), untuk menguji keandalan 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

Kriteria penentuan reliabilitas suatu instrumen dengan membandingkan nilai $r_{\text{alpha}} > r_{\text{tabel}}$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

3.8 Uji Asumsi Dasar

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Ghozali (2006:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal, dalam pembahasan ini akan digunakan uji Lilliefors dengan melihat nilai pada Kolmogorov – Smirnov, data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

3.8.2 Uji linieritas

Uji linearitas 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 ANOVA dengan tahapan pada SPSS, *Analyze – Compare Means – Means – Tes For Linearity. Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Menurut Priyatno (2010:73), dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2010:81) multikolinieritas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna dalam model regresi. Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya:

1. Dengan melihat *Value Inflation Factor* (VIF) pada model regresi
2. Dengan membandingkan nilai koefisiensi determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2)
3. Dengan melihat nilai *Eigenvalue* dan *Condition Index*

Dalam penelitian ini dilakukan uji multikolinieritas dengan cara melihat *Value Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.

3.9.2 Uji Heterokedastisitas

Menurut Priyatno (2010:83), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada

model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

3.10 Uji Hipotesis

Pengertian hipotesis penelitian menurut Sugiyono (2009:96), merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Berdasarkan kerangka teoritis yang akan dibuat, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: *Country of Origin* berpengaruh terhadap *Purchase Intention* mobil Produk Proton.

H2: *Word of Mouth* berpengaruh terhadap *Purchase Intention* mobil Produk Proton.

3.10.1 Uji t

Menurut Kuncoro (2003:99) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Uji koefisien regresi (uji t) menguji apakah tingkat signifikansi, yang berarti berpengaruh atau tidak berpengaruh, uji koefisien regresi digambarkan:

- a. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima
- b. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak
- c. Jika $sig > 0,05$, maka H_0 diterima
- d. Jika $sig < 0,05$, maka H_0 ditolak

3.11 *Pilot Study*

Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan *pilot study* menggunakan analisis faktor atau *factor analysis* dengan memberikan 30 kuesioner kepada orang yang mengetahui produk mobil merek Proton. *Pilot study* merupakan pengujian awal sebuah penelitian atau (*trial run*) yang berguna untuk mengetahui kelayakan dari suatu instrumen penelitian. Perhitungan tersebut menggunakan SPSS 22 dengan cara pilih *analyze, dimension reduction* → *factor*. Kemudian pilih *descriptive* menggunakan *initial solution, coefficient, anti-image, KMO and bartlett's test of sphericity*. Pada *extraction*, pilih *maximum iterations for convergence* sebesar 40. Pada *rotation* pilih *direct oblimin*, serta pada *option* pilih *absolute value below* sebesar 0,40.

Menurut Hair, Black, Babin, dan Anderson (2010), analisis faktor bertujuan untuk menentukan struktur yang mendasari antara variabel dalam analisis. Maksudnya adalah untuk mengidentifikasi struktur suatu dimensi dan sampai sejauh mana variabel dapat menjelaskan dimensi tersebut.

Menurut Ghozali, sebelum menggunakan uji faktor analisis, ada asumsi mendasar yang harus diperhatikan, yaitu menguji nilai KMO (Kaiser-Mayer-Olkin). Tujuannya adalah untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat atau tidaknya dilakukan analisis faktor. *Range* nilai KMO dimulai dari 0 sampai dengan 1. Namun akan dianggap valid jika menghasilkan nilai yang lebih dari 0,50 – 1,00. Jika kurang dari 0,50 maka dianggap kurang valid. Hasil *pilot study* yang telah dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

3.11.1 Variabel *Country of Origin*

Tabel 3.4
KMO and Bartlett's Test *Country of Origin*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.705
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	136.817
	df	28
	Sig.	.000

Sumber: *Data diolah oleh peneliti (2018)*

Hasil KMO variabel *country of origin* sebesar 0,705. Hal ini menyatakan bahwa instrumen atau item-item kuesioner yang diuji dinyatakan valid dan dapat difaktorkan.

Tabel 3.5
Faktor Analisis *Pilot Study Country of origin*

No	Pernyataan	Component		
		1	2	3
GC1	Malaysia dikenal sebagai negara maju di bidang produsen mobil melalui merk Proton	.659		
GC2	Repotasi Malaysia baik sebagai produsen mobil melalui merk Proton	.834		
GC3	Sumber daya manusia di Malaysia dikenal handal sebagai produsen mobil melalui merk Proton	.615		
GP1	Kualitas produk Proton dikenal baik yang berasal dari malaysia		.779	
GP2	Produk Proton dikenal inovatif dan kreatif yang dibuat oleh Malaysia		.882	
SP1	Produk Proton buatan Malaysia cukup baik Bahan baku yang digunakan produk Proton asal Malaysia bagus			.814
SP2	Tingkat keawetan produk Proton asal Malaysia dikenal baik dan tahan lama			.849
SP3	Harga produk Proton asal Malaysia bisa bersaing dengan harga produk merk lain			.933
Cronbach's Alpha		.837		

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2018)

Berdasarkan hasil *pilot study* berikut, variabel *country of origin* memiliki sembilan item pernyataan dengan *factor loading* antara 0,615 – 0,933. Dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel *country of origin* (X_1) yang digunakan dalam kuesioner tidak perlu diperbaiki atau direduksi karena nilai semua pernyataan pada kuesioner $>0,40$ dan mendapatkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,837.

3.11.2 Variabel *Word of Mouth Communication*

Tabel 3.6

KMO and Bartlett's Test *Word of Mouth Communication*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.806
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	120.841
	df	21
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2018)

Hasil KMO variabel *word of mouth communication* sebesar 0,806. Hal ini menyatakan bahwa instrumen atau item-item kuesioner yang diuji dinyatakan valid dan dapat difaktorkan.

Tabel 3.7

Faktor Analisis *Pilot Study Word of Mouth Communication*

No	Pernyataan	Component		
		1	2	3
CC1	Informasi yang saya dapatkan mengenai produk Proton akurat (antara informasi dan kenyataan sama)		.920	
CC2	Informasi yang saya dapatkan mengenai produk Proton berdasarkan Respon terhadap masalah, persepsi, dan harga atau nilai.		.866	
RC1	Rekomendasi yang saya dapatkan mengenai produk	.768		

	Proton memiliki informasi yang jelas.			
RC2	Kekayaan informasi produk Proton yang saya dapatkan meliputi aspek konten, seperti bahasa digunakan dan informasi yang terlibat dalam pesan sangat baik	.881		
SD1	Kekuatan pesan mengenai Produk Proton yang saya dapatkan sangat baik.			.839
SD2	Saya sering mendengar informasi tentang produk Proton di lingkungan keseharian saya			.401
SD3	Beberapa orang merekomendasikan kepada saya seputar produk Proton dengan menjelaskan kelebihan produk tersebut.			.575
Cronbach's Alpha		.870		

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2018)

Berdasarkan hasil *pilot study* berikut, variabel *word of mouth communication* memiliki lima item pernyataan dengan *factor loading* antara 0,401 – 0,920. Dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel *word of mouth communication* (X_2) yang digunakan dalam kuesioner tidak perlu diperbaiki atau direduksi karena nilai semua pernyataan pada kuesioner $>0,40$ dan mendapatkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,870.

3.11.3 Variabel *Purchase intention*

Tabel 3.8
KMO and Bartlett's Test *Purchase intention*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.757
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	149.590
	df	28
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2018)

Hasil KMO variabel *purchase intention* sebesar 0,757. Hal ini menyatakan bahwa instrumen atau item-item kuesioner yang diuji dinyatakan valid dan dapat di faktorkan.

Tabel 3.9
Faktor Analisis *Pilot Study* *Purchase intention*

No	Pernyataan	Component			
		1	2	3	4
MT1	Saya berminat untuk membeli produk Proton	.778			
MT2	Saya berniat memiliki produk Proton buatan Malaysia di masa yang akan datang	.902			
MR1	Saya tertarik terhadap produk Proton melalui rekomendasi dari orang lain		.999		
MR2	Setelah mendapatkan berbagai informasi mengenai produk Proton, membuat saya berkeinginan untuk membeli		.892		
MP1	Saya berminat terhadap produk Proton karena produk Proton adalah pilihan utama saya			.688	
MP2	Saya berminat terhadap produk Proton karena saya suka produk Proton			.775	
ME1	Saya berminat terhadap produk Proton berdasarkan pencarian informasi yang saya lakukan untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.				.775
ME2	Saya berminat terhadap produk Proton karena saya sudah mengetahui produk Proton				.882
Cronbach's Alpha		.870			

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2018)

Berdasarkan hasil *pilot study* berikut, variabel *purchase intention* memiliki sepuluh item pernyataan dengan *factor loading* antara 0,688 –

0,999. Dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel *purchase intention* (Y) yang digunakan dalam kuesioner tidak perlu diperbaiki atau direduksi karena nilai semua pernyataan pada kuesioner $>0,40$ dan mendapatkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,870.