

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.¹ Dalam penelitian ini, survei akan dilakukan dengan cara memberikan kuesioner melalui *direct message* kepada *followers* Pukwe Café.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada sifat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah *followers* instagram Pukwe Café. Jumlah populasi yang telah mengikuti/*following* akun instagram Pukwe Café adalah 5877 (3 Juli 2019). *Followers* akun instagram @pukwe terdiri dari perorangan atau individu, perusahaan seperti restoran/café, serta akun instagram yang dikelola oleh pihak tertentu.

¹ Masri Singarimbun & Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES,1989), 3.

² Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 13.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 117.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴ Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁵ Jenis metode *probability sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling* (sampel acak sederhana). Alasan *simple random sampling* karena memberikan kesempatan yang sama dan tak terbatas pada setiap elemen populasi untuk dipilih sebagai sampel.

Ada beberapa saran yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam menentukan ukuran sampel dalam analisis SEM, yaitu:⁶

- a. 100-200 sampel untuk teknik *maximum likelihood estimation*.
- b. Tergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi.
- c. Tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali 5-10.
- d. Bila sampelnya sangat besar, maka peneliti dapat memilih teknik estimasi.

Berdasarkan pedoman poin yang ketiga, maka perhitungan sampel yang akan digunakan sebagai berikut:

$n = 10 \times \text{jumlah indikator}$

$n = 10 \times 16$

$n = 160$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang diambil (n) sebesar 160 responden.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 118.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 120.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 131.

C. Identifikasi Variabel

Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel eksogen (X) dan variabel endogen (Y). Terdapat dua variabel eksogen (X) dalam penelitian ini yaitu (X1) *electronic word of mouth* dan (X2) *brand awareness*. Variabel endogen (Y) dalam penelitian ini adalah minat beli.

D. Variabel Operasional

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:⁷

1. Variabel Eksogen (Independen)

Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel endogen. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth* dan *brand awareness*.

2. Variabel Endogen (Dependen)

Variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel eksogen. Adapun yang menjadi variabel endogen dalam penelitian ini adalah minat beli. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	<i>Electronic word of mouth</i> merupakan pernyataan positif atau negatif yang dilakukan yang dilakukan oleh pelanggan potensial ataupun mantan pelanggan tentang	1. Intensitas a. Frekuensi mengakses informasi di situs jejaring	<i>Likert</i>

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 61.

	<p>produk atau perusahaan yang ditujukan untuk banyak orang atau via internet.⁸</p>	<p>sosial.</p> <p>b. Frekuensi dengan pengguna jejaring sosial.</p> <p>c. Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna situs jejaring sosial.</p> <p>2. Valiansi opini</p> <p>a. Komentar positif dari pengguna situs jejaring sosial.</p> <p>b. Rekomendasi dari pengguna situs jejaring sosial.</p> <p>3. Konten</p> <p>a. Informasi</p>	
--	--	---	--

⁸ Thorsten Hennig Tharau, *et al.*, "Electronic Word Of Mouth Via Consumer Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themeselves On Internet?" *Journal Of Interactive Marketing*, Vol 18.Num 1, 38: 52.

		<p>tentang makanan dan minuman.</p> <p>b. Informasi tentang kualitas (rasa, tekstur, dan suhu) makanan dan minuman.</p> <p>c. Informasi tentang harga yang ditawarkan.</p>	
<i>Brand awareness</i>	<i>Brand awareness</i> adalah kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat bahwa sebuah merek merupakan anggota dari kategori produk tertentu. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Recall</i> (konsumen dapat mengingat ketika ditanya merek apa saja yang diingat). 2. <i>Recognition</i> (konsumen 	<i>Likert</i>

⁹ Therence A. Shimp, *Periklanan Promosi. Aspek Tamanahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid II. Edisi ke-5*, (Jakarta: Erlangga, 2003), 11.

		<p>n dapat mengenali merek tersebut termasuk dalam kategori tertentu).</p> <p>3. <i>Purchase</i> (konsumen akan memasukkan suatu merek ke dalam alternatif pilihan ketika akan membeli produk/layanan).</p> <p>4. <i>Consumption</i> (konsumen masih mengingat suatu merek ketika sedang menggunakan produk/layanan pesaing).</p>	
Minat Beli	Sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, lalu	1. Minat transaksional (kecenderungan	<i>Likert</i>

	<p>muncul keinginan untuk membeli dan memilikinya.¹⁰</p>	<p>seseorang membeli produk).</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Minat refrensial (kecenderungan seseorang mereferensikan produk kepada orang lain). 3. Minat preferensial (kecenderungan seseorang memiliki preferensi utama pada produk tersebut). 4. Minat eksploratif (seseorang yang selalu mencari informasi tentang yang diminati). 	
--	---	--	--

¹⁰ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 51.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Kesalahan penggunaan metode pengumpulan data atau metode pengumpulan data yang tidak digunakan semestinya akan berakibat fatal terhadap hasil-hasil penelitian yang dilakukan.¹¹ Pada penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode kuesioner (angket). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Tipe pertanyaan dalam angket penelitian ini menggunakan tipe pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia.¹² Survei dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner melalui *direct message* kepada responden yaitu *followers* instagram Pukwe Café dengan serangkaian pertanyaan terkait *electronic word of mouth*, *brand awareness* dan minat beli konsumen.

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.¹³ Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Edisi Kedua)* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), 133.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 135-136.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 207.

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian merupakan proses transformasi pada penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami. Statistik deskriptif dapat digunakan bila penelitian hanya ingin mendeskripsikan data sampel, dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi di mana sampel diambil. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, presentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase.¹⁴

2. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model dalam PLS (*Partial Least Square*) meliputi 2 tahap, yaitu evaluasi *Outer Model* atau model pengukuran dan evaluasi terhadap *Inner Model* atau Model Struktural.

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer Model (outer relation atau *measurement model*) mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Model pengukuran atau *outer model* dengan indikator-indikator *reflektif* dievaluasi dengan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya dan *composite reliability* untuk *block indicator*.

1) *Convergent validity*

Convergent validity merupakan tingkat sejauh mana hasil pengukuran suatu konsep menunjukkan korelasi positif dengan hasil pengukuran konsep lain secara teoritis harus berkorelasi positif.¹⁵ *Convergent validity* dari model pengukuran dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor konstruksinya (*loading factor*) dengan kriteria *loading factor* dari setiap indikator lebih besar dari 0,70 dapat dikatakan

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 208.

¹⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 103-104.

valid dan AVE (*Average Variance Extracted*) lebih besar dari 0,50.¹⁶

Solihin dan Ratmono menjelaskan bahwa dalam beberapa kasus, syarat loading di atas 0,70 sering tidak terpenuhi khususnya untuk kuesioner yang baru dikembangkan. Oleh karena itu, *loading factor* antara 0,40-0,70 harus tetap dipertimbangkan untuk tetap dipertahankan. Selanjutnya dijelaskan pula bahwa loading <0,40 harus dihapus dari model. Penghapusan indikator dengan loading antara 0,40-0,70 dilakukan apabila indikator tersebut dapat meningkatkan AVE dan *composite reliability* di atas nilai batasnya.¹⁷

2) *Discriminant validity*

Discriminant validity dari model *reflektif* dievaluasi melalui *cross loading* antara indikator dengan konstraknya. Terdapat dua cara untuk mengevaluasi terpenuhinya validitas diskriminan yaitu; *pertama*, dengan melihat loading konstruk laten yang akan memprediksi indikatornya/dimensi lebih baik daripada konstruk lainnya. Jika korelasi konstruk dengan pokok pengukuran (setiap indikator) lebih besar daripada konstruk lainnya maka validitas diskriminan terpenuhi, kedua untuk dapat menganalisa *discriminant validity* yaitu dengan kriteria AVE. kriteria yang digunakan adalah kuadrat (*square tools*) *average variance extracted* (AVE), yaitu kolom diagonal dan diberi tanda kurung harus lebih tinggi dari korelasi antar variabel laten pada kolom yang sama (atas atau bawahnya).¹⁸

3) *Composite reliability*

Composite reliability digunakan untuk mengukur reliabilitas konstruk. *Composite reliability*

¹⁶ Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013),73.

¹⁷ Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*, 66.

¹⁸ Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*, 73.

dilakukan dengan melihat *view latent variable coefficients*. Berdasarkan output ini, maka kriteria dilihat dari dua hal yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Keduanya harus bernilai di atas 0,70 sebagai syarat reliabilitas.¹⁹ Apabila suatu konstruk telah memenuhi dua kriteria tersebut maka dapat dikatakan bahwa konstruk reliabel.

b. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural merupakan model yang digunakan untuk menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten dan konstruk. Hasil pengujian model struktural akan menghasilkan estimasi koefisien jalur dan tingkat signifikansi yang digunakan untuk menguji hipotesis. Pada SEM-PLS uji model struktural dilakukan setelah uji validitas dan reliabilitas pengukuran terpenuhi.

Berikut adalah *rule of thumb* untuk evaluasi model struktural SEM-PLS:²⁰

- 1) Nilai koefisien determinasi (R^2) 0,75; 0,50; dan 0,25 pada setiap variabel endogen dalam model struktural dapat diinterpretasikan sebagai kuat, moderate, dan lemah.
- 2) Relevansi prediktif: Nilai Q^2 kurang dari nol mengidentifikasikan bahwa variabel laten eksogen memiliki relevansi prediktif terhadap variabel endogen yang dipengaruhi.
- 3) *Effect Size* dikelompokkan menjadi tiga, yakni lemah (0,02), medium (0,15), dan kuat (0,35).

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (endogen). Sedangkan variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (eksogen). Pengujian ini dilakukan

¹⁹ Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*, 73.

²⁰ Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*, 64.

dengan cara analisis jalur (*path analysis*) atas model yang telah dibuat. Teknik SEM (*Structural Equation Modeling*) dapat secara simultan menguji model struktural yang kompleks, sehingga dapat diketahui hasil analisis jalur dalam satu kali analisis regresi. Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan melihat *path coefficients* dan tingkat signifikannya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian.

Suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak secara statistik dapat dihitung tingkat signifikansinya. Tingkat signifikan yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Apabila tingkat signifikansi yang dipilih 5% maka tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis.²¹ Kemungkinan kesalahan pengambilan keputusan dalam penelitian ini sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%. Sehingga, hipotesis akan diterima jika $p\text{-value} \geq 0,05$.

Uji hipotesis diolah menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan program WarpPLS 6.0. Teknik analisis SEM menggunakan program WarpPLS yaitu (1) *Open/create project file*, (2) *Raw of the data*, (3) *Pre proses data*, (4) *Define of the variable and links in SEM Model*, (5) *Perform/view SEM analysis/result*.²² Ada beberapa langkah dalam pengujian SEM WarpPLS yang dapat dideskripsikan sebagai berikut:

a. Mengembangkan Model Berdasarkan Teori

Tahap ini berhubungan dengan pengembangan hipotesis (berdasarkan teori) sebagai dasar dalam menghubungkan variabel laten dengan variabel laten lainnya, dan juga dengan indikator-indikator. Pada dasarnya SEM adalah teknik konfirmator yang dipergunakan untuk menguji hubungan kausalitas dimana perubahan satu variabel diasumsikan menghasilkan perubahan pada variabel lain didasarkan pada teori yang ada. Kajian teoritis dipergunakan untuk mengembangkan model yang dijadikan dasar untuk langkah-langkah

²¹ Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*, 63.

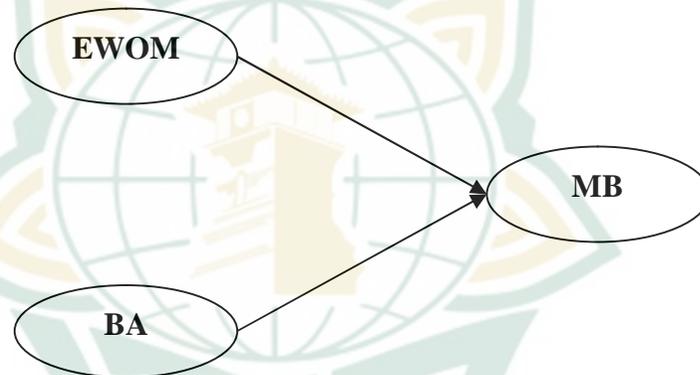
²² Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*, 44-54.

selanjutnya. Konstruk dan dimensi-dimensi yang akan diteliti dari model teoritis telah dikembangkan pada telaah teoritis dan pengembangan hipotesis.

b. Menyusun Diagram Jalur

Model kerangka pemikiran teoritis yang sudah dibangun, selanjutnya ditransformasikan ke dalam bentuk diagram jalur (*path diagram*) untuk menggambarkan hubungan kausalitas antara variabel eksogen (independen) dan variabel endogen (dependen).

Gambar 3.1 Analisis Jalur Hubungan Antar Variabel



Keterangan:

EWOM : *Electronic Word Of Mouth*

BA : *Brand Awareness*

MB : *Minat Beli*

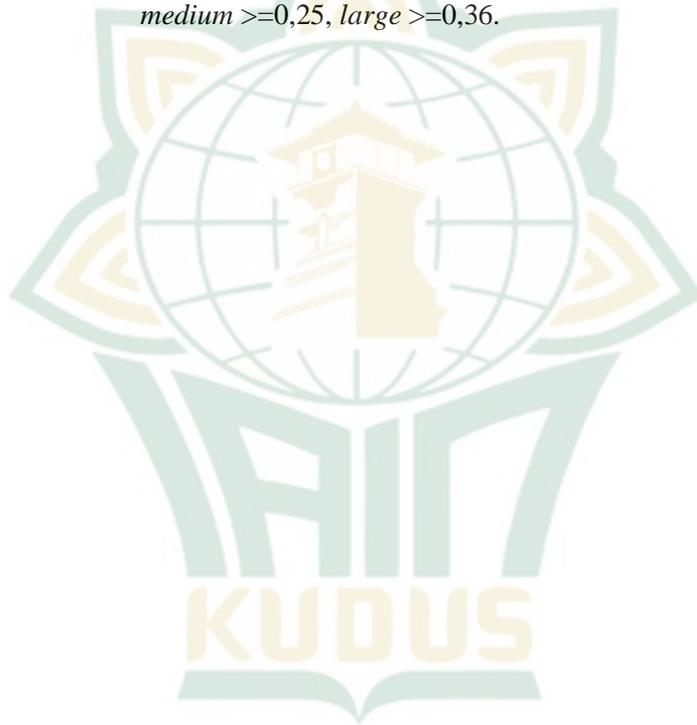
Berdasarkan gambar 3.1 variabel laten eksogen (independen) adalah *electronic word of mouth* dan *brand awareness*. Sedangkan variabel endogen (dependen) adalah minat beli.

c. Menilai Kriteria *Model Fit*

Uji kesesuaian antara model teoritis dan data empiris dapat dilihat pada tingkat (*Godness-of-statistic*). Suatu model dikatakan fit apabila kovarians matriks suatu model adalah sama dengan kovarians matriks data (*observed*). Model fit pada program WarpPLS 6.0 dapat dilihat dari *outout general results* untuk menilai

berdasarkan *model fit indices and p-values* sebagai berikut :²³

- 1) *Average path coefficient (APC)* memiliki nilai $p < 0,05$.
- 2) *Average R-Squared (ARS)* memiliki nilai $p < 0,05$.
- 3) *Average Adjusted R-Squared (AARS)* memiliki nilai $p < 0,05$.
- 4) *Average Block Variance Inflation (AVIF)* memiliki nilai < 5 dan idealnya $3,3$.
- 5) *Tenenhaus GoF (GoF)* memiliki nilai *small* $\geq 0,1$, *medium* $\geq 0,25$, *large* $\geq 0,36$.



²³ Sholihin dan Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*, 60-61.