

III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Analisis deskriptif ini menyatakan variabel penyebab dan variabel terikat dengan perumusan hipotesis. Dalam penelitian ini mencari verifikasi teori antara variabel komunitas merek terhadap variabel *word of mouth*. Sedangkan analisis verikatif melalui uji regresi berganda.

3.2 Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Analisis Kuantitatif adalah metode analisis dengan angka-angka yang dapat diukur maupun dihitung. Sedangkan analisis kualitatif adalah data yang bukan dalam bentuk angka, yang diperoleh dari hasil pengumpulan data guna mendapatkan informasi yang berguna bagi penelitian (Sekaran, 2006)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan, berupa data mentah dengan skala Likert.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yaitu data yang diambil dari hasil penelitian sebelumnya, literatur dan juga internet serta untuk mendapatkan informasi yang berguna bagi penelitian.

3.3 Populasi Dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi dan sampel sebagai bahan untuk data yang diolah.

3.3.1 Populasi

Menurut Sekaran (2006) Populasi mengacu kepada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal yang ingin peneliti investigasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang memiliki sepeda motor Honda Beat serta tergabung dalam komunitas Honda Beat Club Lampung (HBCL).

3.3.2 Sampel

Menurut Sekaran (2006) Sampel merupakan sebuah proses menyeleksi kumpulan-kumpulan elemen dari sebuah populasi untuk menjadi perwakilan dari populasi . Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan metode *simple random sampling*, teknik ini dikatakan sederhana (*simple*) karena cara pengambilan sampel dari semua anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sekaran, 2006). Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah para pengguna motor honda Beat di Bandar Lampung yang tergabung dalam komunitas Honda Beat Club Lampung (HBCL).

Jumlah populasi dalam penelitian ini diketahui adalah 150. Bila populasi diketahui jumlahnya maka penentuan sampel dapat menggunakan rumus Slovin (Sarjono dan Julianita 2011).

Rumus Slovin yaitu :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e² = Batas ketelitian yang di inginkan

Bila tingkat kepercayaan 95 %, artinya peneliti meyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% ($\alpha=5\%$) serta batas eror sebesar 5% yang berarti peneliti hanya mentolerir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 5% dari keseluruhan responden maka besarnya sampel minimum adalah:

$$n = \frac{150}{150 \cdot (0,05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{150}{0,375 + 1}$$

$$n = \frac{150}{1,375}$$

$$n = 109,09 = 109 \text{ responden}$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 110 sampel, yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi.

3.4 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dibagi berdasarkan fungsinya. Variabel-variabel tersebut dibagi atas variabel *dependent* dan variabel *independent*.

Dimana, variabel *dependent* adalah variabel terikat, tidak bebas atau variabel tersebut berdiri dengan ditentukan dari variabel lain. Sedangkan, variabel *independent* adalah variabel bebas/*predictor* dimana variabel tersebut mempengaruhi *dependent* variabel tentang segi positif atau negatif nya.

Menurut Sekaran (2006), yang dimaksud dengan variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Variabel penelitian adalah variabel yang menunjukkan segala sesuatu yang ditetapkan untuk dipelajari.

Ada beberapa jenis variabel , antara lain :

1. Variabel bebas (*Independent*) Dalam penelitian ini variabel bebas nya adalah komunitas merek sebagai X1 dimana diharapkan variabel ini menjelaskan atau mempengaruhi yang lain.
2. Variabel terikat (*dependent*) variabel Y dalam penelitian ini adalah *word of mouth* yang diduga sebagai variabel akibat.

3.4.2 Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel X dan Y

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Komunitas merek (X)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Customer-Company relationship (X1)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan terhadap perusahaan • Loyalitas terhadap perusahaan • Memberikan saran bagi perusahaan 	Skala Likert
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Customer Product Relationship (X2)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan terhadap produk • Loyalitas terhadap produk • Pengetahuan mengenai produk 	
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Customer-Brand Relationship (X3)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan terhadap merek • <i>Top of mind</i> • Loyalitas terhadap merek 	
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Customer-Customer Relationship (X4)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap komunitas • Benefit dari komunitas • Harga diri anggota 	
<i>Word Of Mouth (Y)</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Sering menceritakan merek kepada orang lain • Merekomendasikan merek kepada orang lain • Memberikan komentar positif tentang merek 	Skala Likert

Sumber : Basalamah (2010), Saputri dan Anjarwati (2013), Diolah peneliti (2015)

Pertanyaan-pertanyaan pada angket tertutup dibuat dengan skala Likert 1-5 dengan menggunakan pertanyaan berskala (*scaling questions*). Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social.

Dalam penelitian fenomena social ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Pada skala Likert, jawaban pada setiap pertanyaan mempunyai gradasi dari positif ke negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert Pada Pernyataan Tertutup

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Malhotra (2004)

3.5 Validitas Dan Reliabilitas

3.5.1 Validitas

Validitas adalah tingkat ketepatan suatu alat ukur. Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Malhotra, 2009). Dalam penelitian ini, ketepatan alat ukur yang digunakan adalah skala likert yang digunakan pada kuesioner.

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan analisis faktor yang merupakan alat analisis statistika yang bertujuan untuk mereduksi dimensi data yang dijelaskan oleh variabel asal. Proses analisis faktor sendiri mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) antara sejumlah variabel-variabel yang saling dependen dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah awal. Pertanyaan dinyatakan valid apabila *factor loading* lebih besar dari 0,5 (Malhotra, 2009).

3.5.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. (Simamora, 2002) Teknik analisis reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*. Menurut Nunnaly dalam Ghazali (2013) suatu instrumen dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70.

Penentuan kategori dari validitas instrumen yang mengacu pada pengklasifikasian reliabilitas yang dikemukakan oleh Gilfrod (2014) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3 Klasifikasi Reliabilitas

Rentang Nilai Reliabilitas	Keterangan
0,80 < r ₁₁ ≤ 1,00	Reliabilitas sangat tinggi
0,60 < r ₁₁ ≤ 0,80	Reliabilitas tinggi
0,40 < r ₁₁ ≤ 0,60	Reliabilitas sedang
0,20 < r ₁₁ ≤ 0,40	Reliabilitas rendah
-1,00 < r ₁₁ ≤ 0,20	Reliabilitas sangat rendah (tidak reliabel)

Sumber : <https://ikhtiarnet.files.com> (2014)

3.6 Metode Analisis Data

Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan, maka data tersebut diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga nantinya dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan.

Alat analisis yang digunakan antara lain :

3.6.1 Analisis Kualitatif

Data kualitatif yaitu data penelitian yang bukan angka, yang sifatnya tidak dapat dihitung berupa informasi atau penjelasan yang didasarkan pada pendekatan teoritis dan penilaian logis. Analisis kualitatif digunakan untuk memberikan gambaran secara deskriptif tentang tanggapan yang diberikan responden pada kuesioner atau daftar pertanyaan yang diberikan dan dihubungkan dengan teori pemasaran atau pendekatan-pendekatan yang berkaitan.

3.6.1.1 Analisis Indeks Jawaban

Analisis indeks jawaban per variabel ini bertujuan mengetahui gambaran deskriptif mengenai responden dalam penelitian ini. Terutama mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis indeks yang menggambarkan responden atas item-item pertanyaan yang diajukan. Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skor maksimal 5 dan minimal 1, maka perhitungan indeks jawaban responden dengan rumus berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = \{(\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)\} / 5$$

Dimana :

F1: adalah frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F2 : adalah frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F3 : adalah frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F4 : adalah frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F5 : adalah frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

Rentang skala :

$$\frac{n(m-1)}{m}$$

$$\frac{110(5-1)}{5}$$

$$\frac{440}{5}$$

$$=88$$

Dimana :

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

Sumber: Umar (2005)

Hasil perhitungan interval kelas sebesar 88, maka dapat dibuat rentang skor dari jawaban 110 reponden seperti pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.4 Rentang Skor

No	Rentang Skor	Keterangan
1.	88-175	Sangat Tidak Baik
2.	176-263	Tidak Baik
3.	264-351	Netral
4.	352-439	Baik
5.	440-527	Sangat Baik

Peneliti menentukan indeks persepsi responden terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.2 Alat Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara variabel *independen* (X) dengan variabel *dependen* (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel *dependent* apabila nilai variabel *independent* mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio (Husein, 2000).

Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Word Of Mouth

b_1X_1 = Koefisien regresi Hubungan antara konsumen dan perusahaan

b_2X_2 = Koefisien regresi Hubungan antara konsumen dan produk

b_3X_3 = Koefisien regresi Hubungan antara konsumen dan merek

b_4X_4 = Koefisien regresi Hubungan antara konsumen dan konsumen

a = Konstanta

ε = Standard Error

3.7 Pengujian Hipotesis

3.7.1 Uji Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *independent* atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat .

Kriteria di dalam pengambilan keputusan di dalam uji F ini adalah:

- a hitung $> a$ (0,05), maka H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependen*.
- a hitung $< a$ (0,05), maka H_a diterima, berarti ada pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependen* (Ghozali, 2006).

3.7.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2006) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu:

1. Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variabel *dependen*. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-

variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependent*. Penelitian ini menggunakan Nilai *Adjusted R²* untuk mengetahui model regresi yang terbaik (Ghozali, 2006).