

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian dalam penelitian ini adalah tipe penelitian yang bersifat *eksplanatory reasearch*. Menurut Singarimbun dan Effendi (1995), penelitian eksplanatori yaitu tipe penelitian yang menyoroti hubungan antar variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam penelitian ini penulis berusaha menjelaskan hubungan antar variabel atribut produk yaitu Dampak Ulasan *Online* (X_1), Minat Pemesanan (X_2), yang mempengaruhi variabel Kepercayaan Konsumen (Y_1) dan Keputusan Pemesanan (Y_2).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Sheraton Lampung Hotel.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pemesan hotel yang telah menginap dan membaca ulasan *online* baik ulasan yang positif maupun ulasan *online* yang negatif pada *website* Sheraton Hotel Lampung.

Sedangkan sampel dalam penelitian ini diambil dari pemesan hotel yang telah menginap dan membaca ulasan *online* baik ulasan yang positif maupun ulasan yang negatif. Terdapat 40 ulasan online yang terdapat dalam *website* resmi Sheraton Hotel Lampung yang diambil untuk penelitian ini sebagai referensi, baik ulasan *online* positif maupun ulasan *online* negatif.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2009) teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu mempertimbangkan siapa saja orang yang pernah memesan hotel untuk menginap pada Sheraton Hotel Lampung. Besaran sampel sebanyak 50 responden melalui penyebaran kuesioner, namun yang memenuhi kriteria responden sebanyak 47 responden yang sudah dapat dikatakan layak untuk digunakan dalam sebuah penelitian kuantitatif. Selain itu untuk analisis menggunakan *SmartPLS* cukup dibutuhkan sampel maksimal 100.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti melalui objek penelitian di Sheraton Hotel Lampung.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung diberikan dari sumber data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain/dinas terkait melalui dokumen yang ada. Data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumentasi, arsip, kepustakaan serta pengamatan yang berkaitan dengan penelitian ini pada Sheraton Hotel Lampung.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner. Menurut Iskandar (2008) Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3.7 Definisi Konseptual

3.7.1 E-WOM (*Electronic Word of Mouth*)

Word of Mouth Marketing Association (WOMMA) dalam Majalah Mix /10/IV/23 Oktober-20 November (2007) menyatakan bahwa *word of mouth marketing*

merupakan usaha pemasaran yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan dan menjual produk/merek suatu perusahaan kepada orang lain.

3.7.2 Minat Pemesanan

Menurut Kotler dan Keller (2003), minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.

3.7.3 Kepercayaan Konsumen

Sirdeshmukh, Singh, dan Sabol (2002) mendefinisikan kepercayaan konsumen sebagai harapan bahwa perusahaan dapat diandalkan dan akan memenuhi janjinya. Sedangkan menurut Johnson dan Grayson (2005) kepuasan konsumen dalam interaksi sebelumnya dengan staf layanan garis depan mempengaruhi kognitif kepercayaan, yaitu kepercayaan konsumen atau keinginan untuk mempercayai penyedia layanan di masa depan.

3.7.4 Keputusan Pemesanan

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan (Kotler dan Keller:2009). Konsumen

dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Namun, ada dua faktor yang berada di antara niat pembelian dan keputusan pembelian, yaitu sikap dan faktor yang tidak terantisipasi (Kotler:2005).

3.8 Definisi Operasional

Kountur (2007) mengatakan bahwa definisi operasional adalah suatu definisi yang memberikan penjelasan atas suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur. Definisi operasional ini memberikan informasi yang diperlukan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Dengan kata lain, definisi operasional adalah definisi yang dibuat oleh peneliti itu sendiri. Sedangkan Suyanto dan Salamah (2009) mengatakan bahwa definisi operasional yaitu konsep atau teori yang dapat diukur (*measureable*) atau diamati (*observable*).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa definisi operasional adalah suatu definisi diberikan oleh peneliti dan sekaligus memberikan penjelasan tentang cara mengukur masing-masing variabel penelitian. Misalnya dalam ukuran berat, ukuran waktu, ukuran kecepatan, ukuran unit, ukuran mata uang, ukuran persentase dan lain sebagainya.

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

Tabel 12. Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	<i>E-WoM (Electric Word of Mouth)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Valence</i> 2. <i>Focus</i> 3. <i>Timing</i> 4. <i>Solicitation</i> 5. <i>Intervention</i> 	Likert
2.	Minat Pemesanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan Memesan 2. Keinginan Memilih 3. Pengalaman Memesan 4. Situasi tak Terduga 	Likert
3.	Kepercayaan Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harapan Perusahaan dapat diandalkan 2. Harapan Perusahaan dapat memenuhi janji 3. Keinginan Untuk Mempercayai 4. Penyediaan Layanan yang Sesuai 	Likert
4.	Keputusan Pemesanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membutuhkan Produknya 2. Produk yang disukai 3. Membeli dengan pertimbangan 4. Membeli dengan keyakinan 	Likert

3.8.1 Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono, 2007). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dimana responden dalam menentukan jawaban dengan mengikuti pertanyaan-pertanyaan yang sebelumnya

telah disusun melalui item-item yang ditentukan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari nilai yang tertinggi sampai nilai yang terendah.

Pilihan jawaban yang bisa dipilih oleh responden adalah :

1. Sangat Setuju dengan skor 5
2. Setuju dengan skor 4
3. Ragu-Ragu dengan skor 3
4. Tidak Setuju dengan skor 2
5. Sangat tidak setuju dengan skor 1

3.9 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat keabsahan atau kesahihan suatu instrumen. Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur itu dapat mengukur apa yang diukur. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada mampu atau tidaknya alat ukur tersebut mencapai yang dikehendakinya dengan tepat. Karena suatu alat ukur yang kurang valid berarti tingkat validnya rendah.

Validitas internal harus memenuhi validitas konstruk dan validitas isi. Untuk instrument non test atau pengukuran sikap maka harus memenuhi validitas konstruk,

jika instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur gejala sesuai dengan yang didefinisikan.

Validitas konstruk pada hakikatnya adalah kerangka suatu konsep yang bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi suatu kegiatan, sehingga diharapkan dapat diketahui tingkat kinerja suatu kegiatan. Berdasarkan hal tersebut pengujian yang digunakan pada penelitian ini adalah pengujian validitas konstruk. Secara sistematis, rumusan *product moment* untuk mengukur tingkat validitas adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2 (n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi antara Xi dan Yi

$\sum Xi$ = \sum Skor dari masing-masing variabel (kualitas produk, fitur produk, dan rancangan produk)

$\sum Yi$ = \sum Skor dari seluruh variabel (skor total)

n = Banyaknya variabel sampel yang dianalisis

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka kuisisioner valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuisisioner tidak valid

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik kuantitatif), suatu data dikatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Reliabilitas juga menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu alat ukur cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena alat tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini digunakan teknik reliabilitas internal dengan rumus koefisien alpha. Menurut Arikunto (2007), rumus *Alpha Cronbach* yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah :

$$R = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \dagger b^2}{\dagger t^2} \right]$$

Keterangan :

- R : Reliabilitas Instrumen
 k : Banyaknya pertanyaan
 $\sum \dagger b^2$: Jumlah varian butir
 $\dagger t^2$: Varian total

Selanjutnya indeks reliabilitas diinterpretasikan dengan menggunakan tabel interpretasi r untuk menyimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan cukup atau tidak reliabel. Nilai interpretasi reliabilitas dapat dilihat pada tabel 13 berikut:

Tabel 13. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800- 1,00	Sangat Kuat
Antara 0,600- 0,799	Kuat
Antara 0,400- 0,599	Sedang
Antara 0,200- 0,399	Rendah
Antara 0,000- 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2009: 184)

Hasil dari uji validitas terhadap 19 item pernyataan kuesioner yang dilakukan pada 47 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Uji Validitas Awal

Measurement Model	Hasil		Nilai Kritis	Evaluasi Model
Outer Model				
Convergent Validity	Item	Outer Loading		
	EM1	-0,558	>0,5	Tidak Valid
	EM2	0,832		Valid
	EM3	0,742		Valid
	EM4	0,634		Valid
	EM5	-0,497		Tidak Valid
	EM6	-0,397		Tidak Valid
	EM7	0,605		Valid
	MP1	0,760		Valid
	MP2	0,711		Valid
	MP3	0,467		Tidak Valid
	MP4	0,378		Tidak Valid
	KK1	0,604		Valid
	KK2	0,773		Valid
	KK3	0,769		Valid
	KK4	0,843		Valid
	KP1	0,885		Valid
	KP2	0,946		Valid
	KP3	0,009		Tidak Valid
KP4	0,457	Tidak Valid		

Sumber: Data Diolah, 2013

Berdasarkan Tabel 14 melalui pengukuran model (*outer model*) didapatkan tujuh indikator yang tidak memenuhi kriteria sehingga dinyatakan tidak valid. Untuk itu ketujuh indikator tersebut dikeluarkan dan tidak diikutsertakan pada uji selanjutnya dengan tujuan dapat menaikkan skor pengukuran model (*outer loading*) masing-masing item dan skor *composite reliability*. Berikut ini hasil uji validitas akhir:

Tabel 15. Hasil Uji Validitas Akhir

Measurement Model	Hasil		Nilai Kritis	Evaluasi Model
Outer Model				
Convergent Validity	Item	Outer Loading		
	EM2	0,890	>0,5	Valid
	EM3	0,767		Valid
	EM4	0,745		Valid
	EM7	0,684		Valid
	MP1	0,816		Valid
	MP2	0,887		Valid
	KK1	0,525		Valid
	KK2	0,791		Valid
	KK3	0,815		Valid
	KK4	0,874		Valid
	KP1	0,890		Valid
	KP2	0,963		Valid

Sumber: Data Diolah, 2013

Selanjutnya uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Crombach's alpha* dan nilai *composite reliability*. Untuk dapat dikatakan suatu item pernyataan reliabel, maka nilai *Cronbach's alpha* harus >0,6 dan nilai *composite reliability* harus >0,7. Menurut Werts *et al*, (1974) dalam Salisbury *et al*. (2002), *composite reliability* lebih baik

digunakan dalam teknik PLS (*Partial Least Square*). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dalam Tabel 16 berikut ini:

Tabel 16 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	Nilai Kritis	Evaluasi Model
EM	0,856506	>0,7	Reliabel
MP	0,853874		
KK	0,918965		
KP	0,841142		

Sumber: Data Diolah, 2013

3.10 Uji PLS

Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). Istilah PLS secara spesifik berarti adanya perhitungan optimal least squares fit terhadap korelasi atau matrik varian (McIntosh et al., 2004; World, 1982). PLS merupakan analisis persamaan structural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi). Lebih lanjut, Ghazali (2006) menjelaskan bahwa PLS adalah metode analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel). Perbedaan mendasar PLS yang merupakan SEM berbasis varian dengan LISREL atau AMOS yang berbasis kovarian adalah tujuan penggunaannya. Dibandingkan dengan *covariance*

based SEM (yang diwakili oleh software AMOS, LISREL dan EQS) *component based* PLS mampu menghindari dua masalah besar yang dihadapi oleh *covariance based* SEM yaitu *inadmissible solution* dan *factor indeterminacy* (Tenenhaus et al.,2005).

Terdapat beberapa alasan yang menjadi penyebab digunakan PLS dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini alasan-alasan tersebut yaitu: pertama, PLS merupakan metode analisis data yang didasarkan asumsi sampel tidak harus besar, yaitu jumlah sampel kurang dari 100 bisa dilakukan analisis, dan residual distribution. Kedua, PLS dapat digunakan untuk menganalisis teori yang masih dikatakan lemah, karena PLS dapat digunakan untuk prediksi. Ketiga, PLS memungkinkan algoritma dengan menggunakan analisis *series ordinary least square* (OLS) sehingga diperoleh efisiensi perhitungan *olgaritma* (Ghozali, 2006). Keempat, pada pendekatan PLS, diasumsikan bahwa semua ukuran *variance* dapat digunakan untuk menjelaskan.

3.10.1 Langkah-Langkah Pengujian PLS

3.10.1.1 Analisis Faktor Konfirmatori

Pada penelitian ini menggunakan variabel multidimensi, maka menggunakan digunakan analisis second order. Analisis ini juga digunakan untuk menghitung *factor scores* variabel *Electronic Word of Mouth* (EM), minat pemesanan (MP), kepercayaan konsumen (KK), dan keputusan pemesanan (KP)

3.10.1.2 Pengukuran Model

Convergent validity dari *measurement model* dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor variabelnya. Indikator dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi diatas 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outer loading* dimensi variabel memiliki nilai *loading* > 0,5 dan memiliki nilai $t_{\text{statistik}}$ yang lebih besar dari t_{tabel} (>1,66), sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran tersebut memenuhi validitas konvergen.

Kemudian untuk *discriminant validity* didasarkan pada nilai *cross loading* pengukuran variabel. Jika korelasi variabel dengan indikator pengukuran lebih besar daripada ukuran variabel lainnya, maka hal ini memperlihatkan bahwa variabel laten memprediksi ukuran blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap variabel dengan korelasi antar variabel lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap variabel lebih besar daripada nilai korelasi antara variabel dengan lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik atau jika nilai AVE semua sudah lebih besar dari 0,5 untuk akar AVE variabel yang satu lebih besar dari korelasi variabel yang lain.

Rumus AVE (*average varians extracted*) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{AVE (average varians extracted)} = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda_i}{n}$$

Keterangan:

AVE adalah rerata persentase skor varian yang diekstraksi dari seperangkat variabel laten yang diestimasi melalui *loading standarize* indikatornya dalam proses iterasi algoritma dalam PLS.

λ melambangkan *standardize loading factor* dan i adalah jumlah indikator.

Selanjutnya *composite reliability* blok indikator yang mengukur suatu variabel dapat dievaluasi dengan nilai *composite reliability* (ρ_c). Dimensi dianggap reliabel jika memiliki nilai *composite reliability* (ρ_c) di atas 0,7 atau sama maknanya jika hasil *composite reliability* (ρ_c) yang memuaskan yaitu lebih besar dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh blok indikator memang menjadi pengukur variabelnya masing-masing.

3.10.1.3 Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk variabel dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance*. Bila nilai *R-square* lebih besar dari 0,2 maka dapat diinterpretasikan bahwa prediktor laten memiliki pengaruh besar pada level struktural.

3.10.1.4 Goodness of Fit

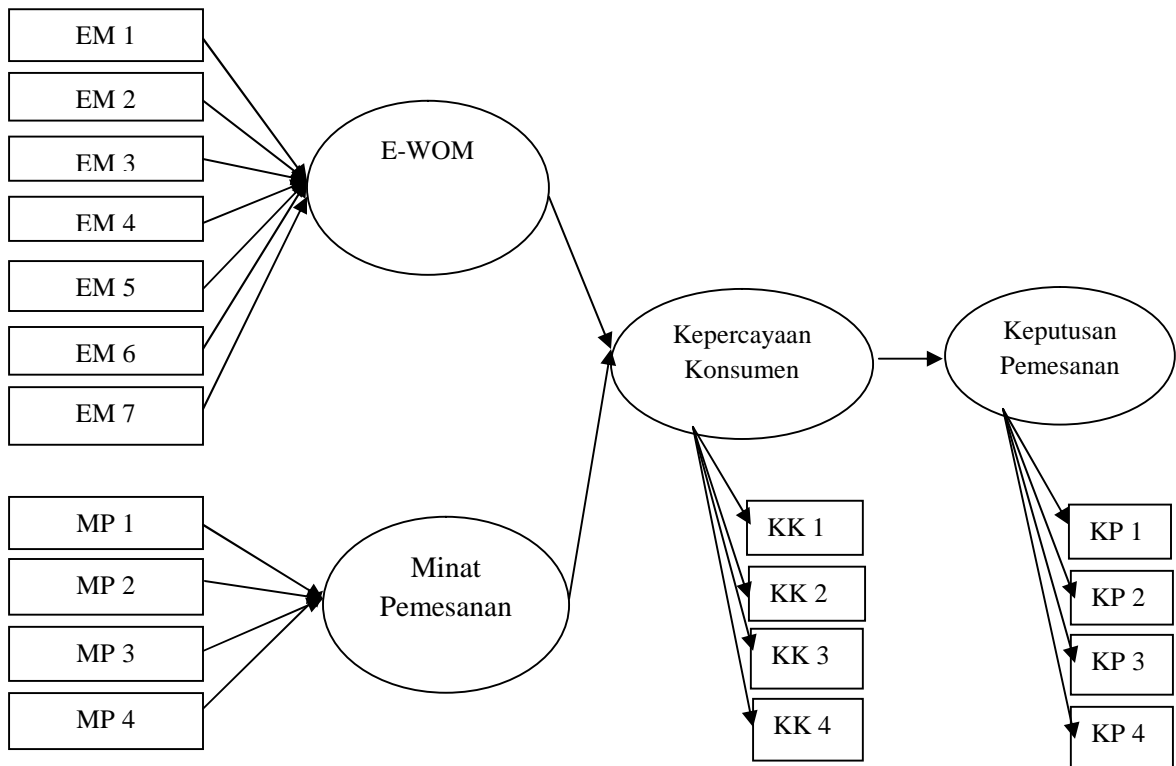
R-square model PLS dapat dievaluasi dengan melihat *Q-square predictive relevance* untuk model variabel. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relvance*, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Namun, jika hasil perhitungan memperlihatkan nilai *Q-square* lebih dari 0 (nol), maka model layak dikatakan memiliki nilai prediktif yang relevan, dengan rumus sebagai berikut :

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_p^2) \dots (1 - R_p^2)$$

3.10.1.5 Model Persamaan Analisis Struktural

Model analisis struktural tahap pertama yang dibangun dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4 Model Persamaan Analisis Struktural Awal



Gambar 5 Model Persamaan Analisis Struktural Akhir

