

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan dengan melakukan penggambaran atau pemaparan tentang variabel-variabel yang diteliti yang selanjutnya mencoba untuk menarik kesimpulan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna komunitas IM3 di kota Bandar Lampung yang jumlahnya 9068 anggota.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008). Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel

adalah metode non-probability sampling dengan teknik Purposive Sampling (Judgement Sampling) yaitu sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan rancangan penelitian. Teknik ini merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipertimbangkan memiliki hubungan yang sangat erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Teknik ini dipilih oleh peneliti karena peneliti juga memiliki keterbatasan dana dan waktu. Sampel yang diajukan sebagai berikut :

Tabel 3.1 Jumlah Sampel Komunitas IM3 di Bandar Lampung

Komunitas	Anggota
SMA N 1 Bandar Lampung	353
SMA N 2 Bandar Lampung	388
SMA N 3 Bandar Lampung	137
SMA N 4 Bandar Lampung	337
SMA N 5 Bandar Lampung	159
SMA N 7 Bandar Lampung	122
SMA N 14 Bandar Lampung	102
SMA N 17 Bandar Lampung	90
SMA Al-Kautsar Bandar Lampung	284
SMA Al-Azhar Bandar Lampung	424
SMA Arjuna Bandar Lampung	121
SMA YP UNILA Bandar Lampung	175
SMK Gajah Mada Bandar Lampung	101
SMK Trisakti Bandar Lampung	118
IBI DHARMAJAYA Bandar Lampung	1513
Cyber IM3 Community Lampung	556
Komunitas Online IM13 Lampung	4088
Jumlah	9068

Sumber : Hasil survey pada Komunitas Indosat IM3 di Bandar Lampung

Hair (2006:112) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang dianalisa atau

indikator. Indikator dari penelitian ini berjumlah 21, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Sampel} &= 5 \times 21 \\ &= 105 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Berdasarkan uraian di atas, maka jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 105 responden yang dapat mewakili konsumen pengguna Indosat IM3 di Bandar Lampung. Penentuan sampel ini dilakukan dengan cara *proportioned stratified random sampling* yaitu sebagai berikut :

SMA N 1 Bandar Lampung	$\frac{353}{9068} \times 105 = 4,08$
SMA N 2 Bandar Lampung	$\frac{388}{9068} \times 105 = 4,49$
SMA N 3 Bandar Lampung	$\frac{137}{9068} \times 105 = 1,58$
SMA N 4 Bandar Lampung	$\frac{337}{9068} \times 105 = 3,90$
SMA N 5 Bandar Lampung	$\frac{159}{9068} \times 105 = 1,84$
SMA N 7 Bandar Lampung	$\frac{122}{9068} \times 105 = 1,41$
SMA N 14 Bandar Lampung	$\frac{102}{9068} \times 105 = 1,18$
SMA N 17 Bandar Lampung	$\frac{90}{9068} \times 105 = 1,04$

SMA Al-Kautsar Bandar Lampung	$\frac{284}{9068} \times 105 = 3,28$
SMA Al-Azhar Bandar Lampung	$\frac{424}{9068} \times 105 = 4,90$
SMA Arjuna Bandar Lampung	$\frac{121}{9068} \times 105 = 1,40$
SMA YP UNILA	$\frac{175}{9068} \times 105 = 2,02$
SMK Gajah Mada	$\frac{101}{9068} \times 105 = 1,16$
SMK Trisakti	$\frac{118}{9068} \times 105 = 1,36$
IBI DHARMAJAYA Bandar Lampung	$\frac{1513}{9068} \times 105 = 17,51$
Cyber IM3 Community Lampung	$\frac{556}{9068} \times 105 = 6,43$
Komunitas Online IM3 Lampung	$\frac{4088}{9068} \times 105 = 47,33$

Hasil diatas tersebut jika dijumlahkan :

$$4,08 + 4,49 + 1,58 + 3,90 + 1,84 + 1,41 + 1,18 + 1,04 + 3,28 + 4,90 + 1,40 + 2,02 + 1,16 + 1,36 + 17,51 + 6,43 + 47,33 = 104,91 \text{ dibulatkan menjadi } 150.$$

Teknik pengambilan sampel yang digunakan *Purposive Sampling*, pengambilan sampel dalam hal ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, atau karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh penulis (Sekaran, 2006:136).

Adapun kriteria yang penulis terapkan yaitu responden telah mengikuti komunitas IM3 di Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis metode penelitian yaitu:

1. Penelitian Pustaka (*library reseach*)

Penelitian pustaka adalah metode penelitian yang dilakukan dengan mempelajari literatur-literatur, buku-buku dan tulisan-tulisan yang mempunyai kaitan erat dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini.

2. Penelitian Lapangan

Penelitian dilakukan penulis melalui wawancara, yaitu mengajukan pertanyaan secara langsung kepada perusahaan mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian juga dilakukan untuk memperoleh data primer dengan mengambil sampel dari suatu target atau objek dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data pokok.

Kemudian jawaban dari setiap pertanyaan tersebut ditentukan skornya dengan menggunakan Skala Likert yaitu : (1, 2, 3, 4, 5) dengan kriteria umum untuk skor yang digunakan untuk jawaban adalah :

- Sangat setuju = 5
- Setuju = 4
- Cukup Setuju = 3

- Tidak setuju = 2
- Sangat tidak setuju = 1

Untuk skala nominal kriteria untuk variabel keputusan pembelian (Y) adalah:

- 1 = Membeli
- 0 = Tidak Membeli

3.4 Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini secara garis besar di bagi menjadi dua yaitu variabel terikat (dependent) dan variabel bebas (independent). Untuk lebih memperjelas, beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Dependent (X)

Dalam menyusun skripsi ini variabel dependent komunitas merek terdiri dari legitimasi (X1), loyalitas merek oposisi (X2), merayakan sejarah merek (X3), berbagi cerita merek (X4), integrasi dan mempertahankan anggota (X5), dan membantu dalam penggunaan merek (X6)

2. Variabel Independent (Y)

Dalam skripsi ini variabel dependen nya yaitu *word of mouth*.

3.5 Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Variabel Dependen

1. Legitimasi (*Legitimacy*)

Legitimasi adalah proses dimana anggota komunitas membedakan antara anggota komunitas dengan yang bukan anggota komunitas, atau memiliki hak

yang berbeda. (Muniz dan O'Guin 2001:413). Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :

- a. Memiliki persepsi positif terhadap provider merek IM3
- b. Memiliki ikatan emosional dengan merek IM3
- c. Mengetahui gambar merek atau logo komunitas IM3

2. Loyalitas Merek Oposisi (*Oppositional Brand Loyalty*)

Komunitas merek oposisi adalah proses sosial yang terlibat selain kesadaran masyarakat atas suatu jenis produk (*Consciousness of kind*) (Muniz dan O'Guin 2001:413). Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :

- a. Mengetahui jenis produk merek IM3
- b. Percaya terhadap komunitas IM3
- c. Tetap berpartisipasi dalam komunitas IM3

3. Merayakan Sejarah Merek (*Celebrating The History Of The Brand*)

Merayakan Sejarah Merek adalah Menanamkan sejarah dalam komunitas dan melestarikan budaya adalah penting. Hal ini ditunjukkan dengan suatu keahlian, status keanggotaan, dan komitmen pada komunitas secara keseluruhan (Muniz dan O'Guin 2001:413). Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :

- a. Selalu mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh IM3
- b. Bisa mengaktualisasi diri dalam komunitas IM3
- c. Memakai kostum anggota ketika hadir pada pertemuan

4. Berbagi Cerita Merek (*Sharing Brand Stories*)

Berbagi Cerita Merek adalah Berbagi cerita pengalaman menggunakan produk merek adalah hal yang penting untuk menciptakan dan menjaga komunitas. Hal ini akan menimbulkan hubungan kedekatan dan rasa solidaritas antar anggota. (Muniz dan O'Guin 2001:413). Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :

- a. Paham dengan nilai-nilai merek IM3 dengan baik
- b. Berbagi cerita dengan anggota lain mengenai pengalaman menggunakan IM3
- c. Memberikan kontribusi yang positif kepada sesama anggota

5. Integrasi dan Mempertahankan Anggota (*Integrating and Retaining Members*)

Integrasi dan Mempertahankan Anggota adalah Tanggapan yang sebagai dasar dari tanggungjawab keanggotaan komunitas. (Muniz dan O'Guin, 2001). Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :

- a. Bangga dengan produk IM3
- b. Bangga menjadi anggota komunitas IM3
- c. Setiap anggota harus memiliki tanda keanggotaan komunitas IM3

6. Membantu dan Penggunaan Merek (*Assisting in the Use of the Brand*)

Membantu dalam Penggunaan Merek adalah Bentuk tanggungjawab moral terhadap anggota komunitas, dengan membantu sesama anggota dalam menggunakan merek untuk memecahkan masalah, khususnya yang melibatkan pengetahuan yang diperoleh melalui pengalaman beberapa tahun

menggunakan merek. (Muniz dan O'Guin, 2001). Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :

- a. Membantu sesama anggota komunitas dalam memecahkan masalah terkait dengan produk IM3
- b. Bersedia membantu anggota lain dalam penggunaan kartu IM3
- c. Setiap masalah tentang produk IM3 selalu direspon dengan baik oleh anggota komunitas lain

3.5.2 Variabel Independen

1. Word of Mouth

Word of Mouth adalah pembicaraan yang secara alami terjadi antar orang-orang (pembicaraan konsumen asli). Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :

- a. Merekomendasikan kartu IM3 kepada orang lain.
- b. Memiliki hal-hal yang positif untuk diceritakan saat berbicara tentang kartu IM3
- c. Mendorong/mengajak orang lain untuk menggunakan IM3.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Keterangan	Indikator	Skala	
Komunitas Merek (Brand Community) (X)	Kesadaran Merek :	Legitimasi merupakan proses yang membedakan anggota komunitas dengan yang bukan anggota komunitas atau memiliki hak yang berbeda. (Muniz dan O'Guin, 2001)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki persepsi positif terhadap provider merek Indosat IM3 2. Memiliki ikatan emosional dengan merek Indosat IM3 3. Mengetahui gambar merek atau logo komunitas Indosat IM3 	Likert	
					<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui jenis produk merek Indosat IM3 2. Percaya terhadap komunitas Indosat IM3 3. Tetap berpartisipasi dalam komunitas Indosat IM3
	Ritual dan Tradisi	- Loyaltias Merek Oposisi (X2)	Proses sosial yang terlibat selain kesadaran masyarakat atas suatu jenis produk (<i>Consciousness of kind</i>). (Muniz dan O'Guin, 2001)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh Indosat IM3 2. Bisa mengaktualisasi diri dalam komunitas Indosat IM3 3. Memakai kostum klub ketika hadir pada pertemuan rutin 	Likert
			<p>- Merayakan Sejarah Merek (X3)</p> <p>- Berbagi Cerita Merek (X4)</p>	<p>Memamakan sejarah dalam komunitas dan melesterikan suatu budaya produk. (Muniz dan O'Guin, 2001)</p> <p>Hal yang penting untuk menciptakan dan menjaga komunitas karena proses ini mengukuhkan kesadaran yang baik antar anggota dan merek yang memberikan kontribusi pada komunitas (Muniz dan O'Guin, 2001)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paham dengan nilai-nilai merek Indosat IM3 dengan baik 2. Berbagi cerita dengan anggota lain mengenai pengalaman menggunakan Indosat IM3 3. Membertkan kontribusi yang positif kepada sesama anggota
	Rasa Tanggung Jawab Moral :	- Integrasi dan Mempertahankan Anggota (X5)	Tanggapan yang sangat dasar dari tanggungjawab keanggotaan Komunitas. (Muniz dan O'Guin, 2001)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bangga dengan produk Indosat IM3 2. Bangga menjadi anggota komunitas IM3 3. Setiap anggota harus memiliki tanda keanggotaan komunitas ini 	Likert

Variabel	Sub Variabel	Keterangan	Indikator	Skala
<i>Word of Mouth (Y)</i>		pembicaraan yang secara alami terjadi antar orang-orang (pembicaraan konsumen asli)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merekomendasikan kebaikan kartu IM3 kepada orang lain 2. Memiliki hal-hal yang positif untuk diceritakan saat berbicara tentang kartu IM3 3. mendorong/mengajak orang lain untuk menggunakan IM3 	Likert

3.6 Validitas dan Realibilitas Alat Ukur

3.6.1 Uji Validitas

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden. Instrumen yang dibuat sebelum disebarakan kepada responden yang menjadi sampel penelitian harus diuji kevalidan dan kereliabelannya melalui **analisis faktor** dengan bantuan SPSS, agar daftar pertanyaan yang dibuat tersebut benar-benar mampu menguak data sehingga mampu menjawab permasalahan hingga tujuan penelitian tercapai.

Uji validitas dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur secara tepat dan benar. Dengan mempergunakan instrumen penelitian yang memiliki validitas yang tinggi, hasil penelitian mampu menjelaskan masalah penelitian sesuai dengan keadaan atau kejadian yang sebenarnya dengan signifikansi dibawah 0,05 dan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) serta Measure of Sampling Adequacy (MSA) minimal 0.5 dinyatakan valid dan sampel bisa di analisis lebih lanjut, Santoso (2002:101).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah kejituan atau ketepatan instrumen pengukur. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketepatan pengukuran, apabila pengukuran dilakukan pada objek yang sama berulang kali dengan instrumen yang sama. Untuk menilai reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini, digunakan rumus

Alpha Cronbach yang di hitung dengan bantuan SPSS 20.0, sebuah instrumen dikatakan memiliki reabilitas yang tinggi jika nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* >0,6 dan *Cronbach's Alpha If Item Deleted* < *Cronbach's Coefficient Alpha*, (Gozali (2003:133).

3.7 Alat Analisis

3.7.1 Analisis Kualitatif

Menganalisis permasalahan dan mencari jalan pemecahan masalah dengan menggunakan data yang terkumpul dari hasil kuesioner yang dihubungkan dengan teori pemasaran atau pendekatan-pendekatan yang berkaitan dengan atribut produk dan keputusan pembelian melalui penilaian menggunakan skor dengan rumus rentang skor adalah skor tertinggi dikurangi skor terendah dibagi jumlah kelas, Umar (2002).

$$RS = \frac{(m-n)}{b}$$

keterangan :

RS = Rentang Skor

m = Skor Tertinggi

n = Skor Terendah

b = Jumlah Kelas

Table 3.3 Penentuan Skor Variable Penelitian

Kriteria	Skor
105 – 188	Sangat Tidak Baik
189 – 272	Tidak Baik
273 – 356	Cukup Baik
357 – 440	Baik
441 – 525	Sangat Baik

3.7.2 Analisis Kuantitatif

Dalam penelitian ini analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan analisis regresi *binary logistic*. Analisis regresi logistik yaitu salah satu pendekatan model matematis yang digunakan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh satu atau beberapa variabel independen dengan sebuah variabel yang bersifat dikotomi (Sotanto,2001:155) dan dengan bantuan program komputer SPSS 20.0.

3.8. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan uji model logistik dengan melihat hasil uji *wald* melalui nilai B dan nilai signifikansi. Dimana B menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing dimensi terhadap variabel Y, sedangkan nilai signifikansi menunjukkan dimensi mana yang berpengaruh paling signifikan terhadap variabel Y. Nilai signifikansi yang diharapkan adalah $<0,05$.