

BAB III

METODE PENELITIAN

III.1 Desain Penelitian

Desain penelitian bersifat eksplanatif dan bertujuan untuk mengukur pengaruh *Word of Mouth* dan Kesadaran Merek terhadap Niat Membeli. Metode penelitian adalah penelitian kausal, dimana *Word of Mouth* dan Kesadaran Merek mempengaruhi Niat Membeli. Penelitian menggunakan metode *SEM-PLS* yang menggunakan software *SmartPLS* sebagai alat analisis. Metode *SEM-PLS* digunakan dan tidak menggunakan regresi linier karena dapat menguji secara simultan dan dapat melihat nilai *loading factor*. Objek penelitian ini adalah masyarakat dan wisatawan di Bali terutama pengunjung Pantai Kuta. Metode *Cross-Sectional* dipakai dalam penelitian ini dimana waktu penelitian dilakukan dalam satu waktu.

III.2 Variabel dan definisi Operasional Variabel

Jumlah variabel yang dipakai berjumlah 3 dimana konsep yang digunakan adalah dua variabel independen dan satu variabel dependen.

III.2.1 Definisi Operasional

Definisi Operasional Variabel bisa dilihat di tabel 3.1.

III.2.2 Pengujian Variabel

Terdapat beberapa variabel yang digunakan yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel Independen yang dipakai adalah *Word of Mouth* dan Kesadaran Merek.

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen yang digunakan adalah Niat Membeli.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

NO	Variabel	Indikator
1	<p>Word of Mouth</p> <p>Menurut Karliček dkk (2010) <i>Word of Mouth</i> menjelaskan pembicaraan informal dan rekomendasi dari pelanggan yang sudah menggunakan jasa dan produk tersebut dan juga pelanggan yang berpotensi untuk menggunakan produk dan jasa tersebut. Karena adanya kepercayaan, pembicaraan informal dan rekomendasi memiliki efek yang sangat besar terhadap penjualan produk dan jasa tersebut.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Cáfe Italo Gelato</i> sering dibicarakan oleh teman/keluarga saya (Sernovitz, 2009). 2. <i>Cáfe Italo Gelato</i> dipromosikan oleh teman/keluarga saya (Sernovitz, 2009). 3. <i>Cáfe Italo Gelato</i> direkomendasikan oleh teman/keluarga saya (Sernovitz, 2009).
2	<p>Kesadaran Merek</p> <p>Kemampuan seseorang dalam mengenal dan mengingat suatu merek pada berbagai situasi (Aaker, 1997).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya dapat mengingat <i>Cáfe Italo Gelato</i>. (Aaker, 1996) 2. Saya mengetahui <i>Cáfe Italo Gelato</i>. (Aaker, 1996) 3. Saya pernah mendengar <i>Cáfe Italo Gelato</i>. (Aaker, 1996)
3	<p>Niat Membeli</p> <p>Definisi Niat Membeli adalah individu yang berencana untuk melakukan pembelian terhadap sebuah merek (Spears and Singh, 2004).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berharap untuk membeli produk <i>Cáfe Italo Gelato</i>. (Listyarini dkk, 2009) 2. Saya berencana untuk membeli produk <i>Cáfe Italo Gelato</i>. (Listyarini dkk, 2009) 3. Saya berkeinginan untuk membeli produk <i>Cáfe Italo Gelato</i>. (Listyarini dkk, 2009)

Sumber: Berbagai Sumber

III.2.3 Teknik Pengukuran Skala

Skor	Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Tabel 3.2 Representasi Skala Likert

Teknik pengukuran skala menggunakan skala *Likert* dimana digunakan skala dari nilai 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga nilai 5 (Sangat Setuju). Para responden dapat memilih jawaban nilai 1 sampai 5 untuk menjawab pernyataan dari penelitian ini.

III.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Di bagian ini akan dijelaskan pemakaian sampel dan populasi untuk penelitian ini, penjelasan tersebut adalah penjelasan teknik sampling, populasi dan sampel, ukuran sampel dan jenis populasi.

III.3.1 Populasi

Penelitian dari seluruh anggota kelompok manusia, binatang, benda dan peristiwa yang berada di satu lokasi secara terencana yang akan diteliti dan diambil kesimpulan akhir dari hasil akhir penelitian tersebut adalah populasi (Sukardi, 2003). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dan wisatawan di Bali terutama di Pantai Kuta. Menurut data dari perusahaan, populasi yang sudah mengetahui dan mengunjungi *Cáfe Italo Gelato* di Bali mencapai 240 pengunjung rata-rata per minggu.

III.3.2 Sampel

Jumlah dan karakteristik dari sebagian populasi yang diteliti adalah sampel Sugiyono (2012). Menurut Sukardi (2003) sampel adalah suatu bagian dari jumlah populasi yang dijadikan sumber data penelitian, hasil akhir dari pengumpulan dan analisis data sampel akan dipakai untuk menggambarkan keadaan populasi tersebut. Maka bisa disimpulkan bahwa penggunaan data sampel dari sebagian populasi adalah sama dengan penggunaan data keseluruhan populasi. Metode *non-probability sampling* yaitu *convenience sampling* dipakai dalam penelitian ini. Penggunaan teknik *convenience sampling* digunakan karena keterbatasan waktu dan berdasarkan Ghazali (2016) pengumpulan informasi menggunakan teknik *convenience sampling* mudah karena dari anggota populasi yang tersedia. Sampel yang akan digunakan berjumlah 100. Berdasarkan Burns dkk (2014) ukuran minimum sampel adalah 100 adalah untuk model yang mempunyai lima atau dibawah lima konstruksi.

III.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan sumber dari data sekunder dan primer. Metode pengumpulan data primer yang dilakukan adalah menggunakan kuesioner untuk mendapatkan hasil survei yang diinginkan oleh penulis, kuesioner tersebut akan disebar kepada responden di Bali ke masyarakat di tempat dan para wisatawan yang datang ke Bali. Hasil kuesioner yang dijawab oleh para responden akan dikumpulkan dan diolah oleh penulis. Bentuk kuesioner yang akan disebar adalah dalam bentuk digital melalui *Google Forms* dan sebagian besar dalam bentuk fisik kertas yang akan disebar disekitar outlet *Cáfe Italo Gelato*.

Kuesioner penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian dimana bagian pertama akan diberi pertanyaan penyaring responden lalu pada bagian kedua terdiri dari data diri responden seperti umur, jenis kelamin dan penghasilan untuk mengetahui responden tersebut memiliki kriteria yang telah ditentukan oleh penulis. Bagian ketiga dari kuesioner berisi pernyataan-pernyataan dimana data tersebut akan digunakan untuk penelitian dan di analisa untuk melihat apakah adanya pengaruh *Word of Mouth* dan Kesadaran Merek terhadap Niat Membeli.

Dalam penelitian ini, data sekunder juga dipakai dengan tujuan untuk membangun hipotesis penelitian dan juga sebagai teori dan fakta pendukung. Data sekunder yang dikumpulkan di penelitian ini dikumpul melalui buku, artikel jurnal dan situs yang berhubungan dengan topik penelitian ini.

III.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan sejak Agustus 2018 hingga Juli 2019 di Bali. Penyebaran kuesioner akan dilakukan pada awal bulan April 2019 hingga akhir bulan Mei 2019, lokasi penyebaran kuesioner akan disebar di Bali dan Pantai Kuta, Bali. Kuesioner akan diberikan kepada para pembeli dan calon pembeli produk di *Cáfe Italo Gelato* dan kuesioner juga akan disebar di sekitar lokasi kafe tersebut dan secara online kepada masyarakat di Bali.

III.6 Metode Analisis Data

Analisis deskriptif dan kausal dipakai dalam penelitian ini. Metode analisis *Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS)* dengan alat analisis *SmartPLS* versi 3.2.8 digunakan dalam penelitian ini.

III.6.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Data Demografis Masyarakat Bali dan Wisatawan Yang Membeli Produk *Cáfe Italo Gelato*.

Data demografis konsumen *Cáfe Italo Gelato* akan dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan untuk mengetahui fakta dan melengkapi penelitian. Data-data yang sudah dikumpul akan diolah dalam Microsoft Excel. Data demografi terdiri dari jenis kelamin, pendidikan, usia, pendapatan dan pekerjaan.

III.6.2 Analisis Deskriptif Terhadap Indikator *Word of Mouth*, Kesadaran Merek dan Niat Membeli.

Di bagian ini, penelitian ini akan menguji nilai rata-rata dan standar deviasi dari semua indikator penelitian ini yaitu *Word of Mouth*, Kesadaran Merek dan Niat Membeli.

Tujuan dalam menganalisa nilai rata-rata interval adalah untuk mengamati apakah seluruh indikator-indikator mengarah ke setuju atau tidak setuju. Tujuan dalam menganalisa standar deviasi dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah responden betul memahami mengenai indikator yang sedang diteliti oleh penulis. Dapat diidentifikasinya pemahaman para responden mengenai indikator pernyataan kuesioner yang diteliti oleh penulis dapat dilihat dari hasil standar deviasi dimana semakin kecil hasil standar deviasi menunjukkan bahwa responden memahami pernyataan kuesioner tersebut.

III.6.3 *Structural Equation Model (SEM) – Partial Least Square (PLS)*

Model analisis *Structural Equation Model (SEM)* dan *Partial Least Square (PLS)* digunakan di penelitian ini dengan alat analisis *SmartPLS* versi 3.2.8. *Structural Equation Model (SEM)* adalah kumpulan teknik statistik yang memungkinkan serangkaian hubungan antara satu atau lebih variabel independen untuk diteliti Ullman & Bentler (2003). Dengan menggunakan *SEM*, penelitian yang kompleks, tidak dapat di observasi dan latent variabel yang sulit untuk diukur dapat dilakukan Wong (2013). Terdapat beberapa alasan menggunakan *PLS*, yaitu *PLS* dapat bekerja dengan jumlah sampel yang sedikit dengan angka sampel antara 30 sampai 100 dan dapat mengolah model yang kompleks dan besar hingga 1000 indikator Ghozali (2006).

III.6.4 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2009), tujuan penggunaan uji validitas adalah untuk menilai valid atau tidak validnya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jikalau pernyataannya dapat mengungkap apa yang akan diukur dengan kuesionernya.

1. Validitas Konvergen

Akan dijelaskan pada bagian III.6.7 Langkah Analisis PLS.

2. Validitas Diskriminan

Akan dijelaskan pada bagian III.6.7 Langkah Analisis PLS.

3. Koefisien Regresi

Koefisien regresi menunjukkan seberapa besar pengaruh dan arah positif atau negatif pengaruh antar variabel.

III.6.5 Uji Reliabilitas

Dilihat dari segi bahasa, reliabilitas terbuat dari kata *rely* dan *ability*. Ketika di jadikan satu, kedua kata mempunyai pengertian mengenai kemampuan alat ukur yang bisa dipercaya dan dapat dijadikan dasar pengambil keputusan Widodo (2006). Menurut Suryabrata (2000), dinyatakan bahwa reliabilitas adalah alat ukur yang mengukur seberapa jauh perbedaan nilai perolehan yang mencerminkan perbedaan atribut yang sebenarnya. Uji Reliabilitas menunjukkan seberapa jauh hasil pengukuran tersebut dapat dipercaya dimana hasilnya harus mempunyai tingkat kemantapan dan konsisten Suryabrata (2004). Menurut Hair dkk (2010) keberhasilan dari uji reliabilitas dimana variabel dianggap reliabel dapat dilihat apabila nilai reliabilitas komposit $\geq 0,7$.

III.6.6 Model Evaluasi PLS

Metode penelitian ini menggunakan *SEM* yang menggunakan alat analisis *SmartPLS* versi 3.2.8.

1. Inner model

Menjelaskan mengenai hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substansif di penelitian.

2. *Outer model*

Model ini dikenal sebagai (*outer relation* atau *measurement model*) yang memaparkan hubungan setiap indikator dengan variabel latennya Ghozali (2006).

III.6.7 Langkah Analisis PLS

Terdapat 2 model dalam PLS yakni *inner* dan *outer model*. *Inner model* menjelaskan mengenai perhubungan antar variabel laten dan *outer model* menjelaskan perhubungan antar variabel laten dengan setiap item pernyataan dalam variabel tersebut. Analisis *PLS* memiliki 3 langkah utama yaitu Ghozali (2006):

1. Langkah Pertama: Membaca Hasil

Terdapat 2 kriteria tingkat reliabilitas indikator yaitu baik dan masih sesuai untuk *inner model* periode pengembangan. Indikator dengan tingkat reliabilitas yang baik memiliki nilai $> 0,7$. Indikator dengan tingkat reliabilitas yang masih sesuai untuk *inner model* periode pengembangan memiliki nilai *loading factor* antara 0,5 dan 0,6. Kalau Indikator mempunyai nilai *loading factor* dibawah 0,5 wajib dikeluarkan dari analisis. Kalau semua kriteria indikator dipenuhi, maka analisis tersebut dapat dilanjutkan ke langkah ketiga, jika tidak maka analisis akan dilanjutkan ke langkah kedua Ghozali (2006).

2. Langkah Kedua: Jalankan Kembali Modelnya

Model akan dijalankan ulang jikalau ada beberapa indikator mempunyai nilai *loading factor* diatas 0,5 dan dikeluarkan. Model akan dijalankan kembali terus menerus selama seluruh indikator mempunyai nilai *loading factor* $< 0,5$. Apabila sudah mempunyai nilai *loading factor* $\geq 0,5$ maka dilanjutkan ke langkah ketiga.

3. Langkah Ketiga: Membaca Hasil Output

A. Membaca hasil *outer model*:

a. Validitas Konvergen

Mengacu pada tingkat kesesuaian antara atribut hasil pengukuran alat ukur dan konsep teoritis yang menjelaskan keberadaan atribut variabel tersebut (Murti, 2011). Untuk

menguji validitas konvergen, setiap *Average Variance Extracted (AVE)* variabel latent akan di evaluasi. Validitas konvergen memperlihatkan setiap item pernyataan mengukur variabel yang bersangkutan. Indikator akan diterima dan dianggap valid dengan nilai *loading factor* yaitu $> 0,7$ dan nilai *loading factor* 0,5 sampai 0,6 dapat diterima berdasarkan Ghozali (2014).

b. Validitas Diskriminan

Menurut Murti (2011), Validitas diskriminan mengacu pada tingkat ketidaksesuaian antara atribut yang pada dasarnya tidak diukur dengan alat ukur dan konsep teoritis mengenai variabel yang diteliti. Menurut Ghozali (2006), validitas diskriminan menguji bahwa pernyataan variabel adalah milik variabel sendiri. Validitas diskriminan dapat dilihat dari nilai *cross loading* faktor untuk mengetahui sebuah konstruk memiliki tingkat diskriminan yang sesuai kriteria. Cara membandingkannya adalah nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dari nilai *loading* konstruk lain berdasarkan Hussein (2015).

c. Komposit Reliabilitas

Hasil komposit reliabilitas menjelaskan bahwa konsistensi dan relevansi dari setiap indikator dari penelitian terdahulu, penelitian saat ini dan bisa digunakan untuk penelitian selanjutnya. Nilai minimum yang menentukan sebuah indikator konsisten dan relevan adalah diatas 0,7 berdasarkan Ghozali & Latan (2015).

d. *Average Variance Extracted (AVE)*

Hasil AVE memperlihatkan konsistensi dan relevansi dari setiap variabel dari penelitian terdahulu, saat ini dan selanjutnya. Nilai AVE dari setiap konstruk disarankan $> 0,5$ berdasarkan Ghozali & Latan (2015).

B. Membaca hasil hubungan antar konstruk (*inner model*)

Terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk menilai *inner mode* yaitu:

a. *Goodness of Fit*

Goodness of Fit adalah untuk memeriksa apakah variabel endogen dapat dijelaskan dengan variabel eksogen. Kriteria nilai minimum untuk *R-Square* adalah 0,1 sedangkan *Stone-Geisser Q-Square* harus > dari 0. Dengan demikian variabel eksogen memiliki relevansi prediktif yang bisa diterima menurut Ghozali & Latan (2015).

b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian model struktural dan hipotesis yang akan diamati dari pengujian *outer model*. Seluruh indikator akan diamati untuk mengetahui apakah indikator memiliki hubungan dengan variabel dan model pengujian struktural (*inner weight*) untuk hipotesis yang diuraikan Hair dkk (2016). Angka probabilitas dan t-statistik diamati untuk uji hipotesis, kriteria nilai adalah nilai *p-value* dengan alpha 5% dibawah 0,05. Kriteria nilai t-tabel dengan alpha 5% adalah 1,96. Sebagai kesimpulan kalau t-statistik lebih besar dari t-tabel hipotesis akan diterima menurut Hussein (2015).