

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan bentuk penelitian kausalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan hubungan antar variabel. Studi kausal digunakan untuk menguji apakah satu variabel menyebabkan variabel yang lain berubah atau tidak Sekaran dan Bougie (2017:112). Pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2017:147) sebagai berikut : “Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.” dilakukan dengan menempuh langkah-langkah pengumpulan, klasifikasi dan analisis atau pengolahan data, membuat kesimpulan dan laporan dengan tujuan

Penggunaan metode deskriptif kuantitatif ini diselaraskan dengan variable penelitian yang memusatkan pada masalah-masalah aktual dan fenomena yang sedang terjadi pada saat sekarang dengan bentuk hasil penelitian berupa angka-angka memiliki makna. Sebagaimana dikemukakan oleh Kuncoro (2013;12) bahwa: “Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif digunakan apabila bertujuan untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian”. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer adalah data yang diperoleh oleh sumber asli secara langsung. Data primer dalam penelitian ini diambil dari jawaban atas kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa Stie Malangkececwara.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Di dalam suatu penelitian tentu saja ada beberapa variabel yang berkaitan di dalamnya. Variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. Sekaran dan Bougie (2017:77). Di dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

A. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini meliputi:

1. Kepuasan (X1)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya Kotler (2008:177). Terdapat 4 indikator dalam kepuasan konsumen (Wikkie, 1994) yaitu :

- a. $X_{1.1} : = Expectations$. Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang terbentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut.
- b. $X_{1.2} = Performance$. Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka.
- c. $X_{1.3} = Comparison$

Membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

- d. $X_{1.4} = \text{Confirmation/disconfirmation}$.

Confirmation terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya, *disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk.

2. Kualitas Produk (X_2)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen.

Terdapat 4 indikator dalam Kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2012:8) yang terdiri dari

- a. $X_{2.1} = \text{Fitur (feature)}$ Fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut.
- b. $X_{2.2} = \text{Bentuk (form)}$ Bentuk sebuah produk dapat meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk.
- c. $X_{2.3} = \text{Kualitas Kinerja (Performance Quality)}$ Tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi.
- d. $X_{2.4} = \text{Desain (Design)}$, totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen

3. *Experiential Marketing* (X_3)

Experiential Marketing adalah pengalaman nyata konsumen terhadap *brand/product* untuk meningkatkan penjualan/*sales* dan *brand image*

Terdapat empat indikator *experiential marketing* yang bisa digunakan sebagaimana yang dikemukakan oleh Schmitt dalam Hamzah (2007), yakni :

- a. $X_{3.1} = \text{Sense}$. Ditujukan terhadap rasa yang berhubungan dengan panca indera.
- b. $X_{3.2} = \text{Feel}$. Berkaitan perasaan atau emosi yang dirasakan oleh konsumen ketika mengkonsumsi produk atau jasa tertentu.

- c. $X_{3,3} = Think$. Berkaitan dengan persepsi dan apa yang dipikirkan konsumen.
- d. $X_{3,4} = Act$. Berkaitan dengan kebiasaan dan interaksi.

B. Variabel Terikat/Dependen:

1. *Word Of Mouth (Y)*

Berdasarkan pada penelitian Babin dkk (2005:136), ada tiga 3 indikator *Word Of Mouth*.

- a. $Y_{1,1}$ = Menceritakan hal yang positif tentang produk/jasa kepada pihak lain
- b. $Y_{2,2}$ = Merekomendasikan/menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan pada produk/jasa tersebut.
- c. $Y_{3,3}$ = Mengajak teman/keluarga menggunakan produk/jasa.

Indikator-indikator diatas diukur dengan skala penilaian likert yang memiliki lima tingkat preferensi jawaban yang masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

- 5= Sangat Setuju
- 4= Setuju
- 3= Cukup Setuju
- 2= Tidak Setuju
- 1= Sangat Tidak Setuju

Skala likert merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert ini mudah dipakai untuk penelitian yang terfokus pada responden dan objek. Karena skala ini merupakan ekstensi dari skala semantik yang menghasilkan responden terhadap stimuli yang disajikan dalam bentuk kategori semantik yang menyatakan tingkat sifat atau keterangan tertentu (Ferdinand, 2006), sehingga peneliti dapat mempelajari bagaimana respon berbeda tiap responden.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif STIE Malangkuçewara Malang. Yang terhitung dalam angkatan tahun 2015 sampai dengan angkatan 2018 baik pada jurusan Akuntansi maupun Manajemen. Dengan jumlah mahasiswa 1.464 Mahasiswa. (Sumber data dari Bagian Akademik Lt.3 Ged.Pusat Stie Malangkucecwara 18 Desember 2018)

3.3.2 Sampling

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purpose sampling*. Menurut Zuriah (2007:124) menyatakan *purpose sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan populasi yang diketahui sebelumnya. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria :

1. Mahasiswa Stie Malangkucecwara angkatan 2015-2018
2. Pengguna aktif Twitter
3. Sudah menggunakan twitter minimal 1 bulan pemakaian dengan syarat aktif login dalam akun twitter

Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa aktif Stie Malangkucecwara angkatan 2015-2018 yang berjumlah 1.464 mahasiswa dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2011:87). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

n= Ukuran sampel/jumlah responden

N= Ukuran populasi

E= Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan ssebagai berikut:

Nilai e= 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e= 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1.464 mahasiswa aktif Stie Malangkececwara, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1.464}{1+1.464(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.464}{15,64} = 93,606$$

disesuaikan oleh peneliti menjadi 94 responden.

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 94 responden. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik. Sampel yang diambil berdasarkan teknik *probability sampling: simple random sampling*, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota (mahasiswa) untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak.

Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik *insidental*, seperti yang dikemukakan Sugiyono (2011:85), bahwa *sampling insidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa

saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Metode pengumpulan data

3.4.1. Jenis data

Penelitian ini menggunakan dua macam sumber data, yaitu :

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian yaitu dari responden melalui penyebaran kuesioner, dalam hal ini yang menjadi subjek penelitian adalah Mahasiswa Stie Malangkececwara kota Malang pengguna jejaring sosial Twitter.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat dari informan yang diperlukan sebagai pelengkap dan penunjang penelitian ini. Dalam hal ini data sekunder berasal dari literatur, skripsi yang mendukung penelitian ini.

3.4.2 Teknik Pengumplan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan pengumpulan data dimana sumber tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2010).

Dalam penelitian ini sumber yang digunakan untuk memperoleh informasi yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas Sekaran dan Bougie (2017:170).

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrument digunakan untuk menguji pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Terdapat dua pengujian yang dilakukan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas Kuncoro (2013:172). Berikut penjelasan tentang uji validitas dan uji reliabilitas :

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Kuncoro (2013:172) bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Jadi, Uji validitas yaitu suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Kuesioner dapat dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan oleh penulis.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan (konsistensi) dari suatu instrumen. Reliabilitas menunjukkan seberapa konsisten skor -skor dari masing - masing responden atau subjek berkenaan dengan suatu instrumen dibandingkan dengan responden atau subjek yang lain Moeljadi&Utami, (2018:146). Sebuah instrumen dikatakan reliabilitas apabila hasil pengukuran yang dilakukan kembali pada waktu atau tempat yang berbeda relatif konstan, uji reliabilitas menunjukkan suatu hasil pengukuran yang relatif konsisten atau tetap apabila pengukuran dilakukan beberapa kali Kuncoro (2013:175). Pengujian ini harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas. Suatu instrumen secara umum dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 Trihendradi (2013:195).

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Jadi analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal. Demikian juga tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji multikolinearitas tidak dilakukan pada analisis regresi linear sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data cross sectional. Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang akan digunakan antara lain: uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

3.6.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak normal, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik Ghozali (2013:160). Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Untuk mendeteksi normalitas data, dapat dilakukan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov Test (K-S). Apabila nilai probabilitas signifikan $K-S \geq 5\%$ atau 0.05, maka data berdistribusi normal. Selain itu uji normalitas dapat dilihat dari grafik histogram dan P-Plot SPSS. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya. Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal atau grafik histogramnya. Pada

penelitian ini, peneliti akan melakukan uji normalitas dengan melihat grafik P-Plot pada SPSS.

3.6.1.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno (2014:99) menjelaskan bahwa uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk menganalisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau tiga variabel bebas/independent variabel. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas. Model korelasi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Uji Multikolinearitas ini digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Multikolinearitas terjadi jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih besar dari 0,60 (pendapat lain: 0,50 dan 0,90). Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ($r < 0,60$). Ada tidaknya multikolinearitas juga dapat dilihat dari besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance Value* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$.

3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam www.statistikian.com uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas. Selain itu uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari Grafik *Scatterplot*. Jika terdapat pola tertentu pada Grafik *Scatterplot* SPSS, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada

penelitian ini, peneliti akan melakukan uji heteroskedastisitas dengan melihat grafik *Scatterplot* pada SPSS.

3.6.2 Analisis Regresi

3.6.2.1 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis regresi linear berganda sebenarnya sama dengan analisis regresi linear sederhana, hanya variabel bebasnya lebih dari satu buah. Persamaan umumnya menurut Marchal dan Wathen (2014:114) adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots + b_kX_k + \epsilon$$

Dengan Y adalah variabel terikat, dan X adalah variabel-variabel bebas, α adalah titik potong, yaitu nilai Y ketika seluruh X sama dengan nol, b adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas, k adalah jumlah variabel bebas dan ϵ adalah *standard error*. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t.

Keterangan:

Y = *Word Of Mouth*

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien Regresi

X_1 = Kepuasan

X_2 = Kualitas

X_3 = *Experiential Marketing*

3.6.2.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) pada intinya adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel

dependen. Nilai *Adjusted R2* adalah diantara nol dan satu. Jika nilai *Adjusted R2* berkisar hampir satu, berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya jika nilai *Adjusted R2* semakin mendekati angka nol, berarti semakin lemah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen Ghozali (2011:97).

3.6.3 Uji Hipotesis

3.6.3.1 Uji *t*

Uji-*t* adalah jenis pengujian statistika untuk menguji apakah ada perbedaan dari nilai yang diperkirakan dengan nilai hasil perhitungan statistika Suyantoro (2014:54). Uji-*t* pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji-*t* menilai apakah mean dan keragaman dari dua kelompok berbeda secara statistik satu sama lain. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan *t* hitung dengan *t* tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing *t* hitung, untuk melakukan pengujian *t* maka dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut Ghozali (2006) :

$$t = \beta_n / S\beta_n$$

Dimana :

t : mengikuti fungsi *t* dengan derajat kebebasan (*df*).

β_n : koefisien regresi masing-masing variabel.

$S\beta_n$: standar error masing-masing variabel.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 (α) atau *T* hitung < *T* tabel berarti hipotesa tidak terbukti maka *H0* diterima *Ha* ditolak, bila dilakukan uji secara parsial.
2. Jika probabilitas (signifikansi) < 0,05 (α) atau *T* hitung > *T* tabel berarti hipotesa terbukti maka *H0* ditolak dan *Ha* diterima, bila dilakukan uji secara parsial