

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah Mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan lokasi penelitian ini bertempat di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sujarweni, 2015). Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata dengan mengambil sampel 100 Mahasiswa/i yang menggunakan media sosial instagram serta mengikuti akun kuliner Instagram di Kota Semarang yang terdiri dari angkatan 2015-2018 (dapat dilihat pada Tabel 3.1)

Penentuan jumlah sampel didasarkan pada pedoman Hair, dkk. (1998) menyatakan bahwa sampel yang diambil minimal lima kali dari jumlah indikator yang digunakan. Penelitian ini menggunakan 20 indikator sehingga jumlah yang diambil adalah $20 \times 5 = 100$ sampel. Sampel ini terdiri dari Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen, Akuntansi, Perpajakan untuk Strata satu (S1).

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur dari populasi untuk dipilih sebagai sampel (Sujarweni, 2015). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Stratified non-random sampling* dimana teknik ini

merupakan prosedur *sampling* yang mengambil sampel dengan memperhatikan strata atau tingkatan di dalam populasi. Sampel dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria yaitu memiliki akun Instagram dan mengikuti akun kuliner Instagram di Kota Semarang.

Tabel 3.1

Jumlah Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata

Program Studi	Angkatan	Populasi	Rumus Sampel	Jumlah Minimal Sampel
Manajemen	2015	316	$(316/2164)*100$	15
	2016	276	$(276/2164)*100$	13
	2017	240	$(240/2164)*100$	11
	2018	304	$(304/2164)*100$	14
Total Manajemen		1.136		53
Akuntansi	2015	200	$(200/2164)*100$	9
	2016	179	$(179/2164)*100$	8
	2017	178	$(178/2164)*100$	8
	2018	229	$(229/2164)*100$	11
Total Akuntansi		786		36
Pajak	2015	34	$(34/2164)*100$	2
	2016	51	$(51/2164)*100$	2
	2017	85	$(85/2164)*100$	4
	2018	72	$(72/2164)*100$	3
Total Perpajakan		242		11
Total Keseluruhan		2164		100

Sumber : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata, diolah 2019

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Subjek data yang diperoleh berasal dari data primer. Data primer berarti data yang diambil langsung menggunakan kuesioner pada mahasiswa-mahasiswi yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* dengan chat personal dan kemudian langsung diolah sendiri oleh peneliti. Data primer tersebut merupakan data persepsi responden terhadap variabel *concern for others, expressing positive*

feelings, economic insentives, helping the company, dan platform assistance dan minat beli.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik dan alat pengumpulan data yang dilakukan peneliti agar memperoleh data primer adalah dengan survei secara individu. Peneliti hanya menggunakan responden untuk Strara satu (S1) saja. Penelitian ini akan menggunakan kuesioner berupa *google form online* yang peneliti sudah buat kemudian dibagikan secara langsung melalui *chatting grup* dan personal kepada responden di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata sesuai dengan program studi dari mahasiswa/i masing-masing (Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan).

Kuesioner yang disebarkan menggunakan pernyataan pernyataan tertulis pada responden. Pernyataan yang diajukan berisi mengenai yang berkaitan dengan dimensi-dimensi *elecronic worth of mouth*. Peneliti mengajukan kuesioner menggunakan sejumlah pertanyaan dan menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015). Dalam skala likert tersebut terdapat 5 skala untuk menunjukan setuju atau tidaknya responden terhadap pernyataan dalam penelitian ini, 5 skala tersebut yaitu :

- a. Skor 1 untuk menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Skor 2 untuk menyatakan Tidak Setuju (TS)
- c. Skor 3 untuk menyatakan Netral (N)
- d. Skor 4 untuk menyatakan Setuju (S)
- e. Skor 5 untuk menyatakan Sangat Setuju (SS)

3.3.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.3.3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk mnguji valid atau tidaknya suatu instrumrn. Jika valid maka instrumen tersebut dapat digunakan untuk mngukur sampel yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan alat bantu *SPSS for window 22* untuk uji validitas.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Koef Korelasi	Signifikansi	Keterangan
Kepedulian terhadap orang lain (<i>Concern for others</i>)	X1_1	0,820	0,000	valid
	X1_2	0,815	0,000	valid
	X1_3	0,740	0,000	valid
	X1_4	0,827	0,000	valid
Mengekspresikan perasaan positif (<i>Expressing positive feelings</i>)	X2_1	0,747	0,000	valid
	X2_2	0,792	0,000	valid
	X2_3	0,809	0,000	valid
	X2_4	0,734	0,000	Valid
Manfaat Ekonomi (<i>Economic Insentive</i>)	X3_1	0,737	0,000	valid
	X3_2	0,895	0,000	valid
	X3_3	0,851	0,000	valid
Membantu Perusahaan (<i>Helping Company</i>)	X4_1	0,896	0,000	valid
	X4_2	0,932	0,000	valid
	X4_3	0,918	0,000	valid
Penyedia Bantuan (<i>Platform Assistance</i>)	X5_1	0,846	0,000	valid
	X5_2	0,848	0,000	valid
	X5_3	0,856	0,000	valid
Minat Beli Konsumen	Y_1	0,873	0,000	valid
	Y_2	0,878	0,000	valid
	Y_3	0,853	0,000	valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dengan ketentuan $Df = \text{Jumlah responden} - 2$ ($Df = 100 - 2$) dan alpha 5% maka r tabel adalah 0,1654. Pengujian validitas indikator pada masing-masing variabel penelitian menghasilkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan r hitung $>$ r tabel. Mengacu pada hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan merupakan alat ukur yang tepat untuk mengukur masing-masing variabel penelitian.

3.3.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menguji 15 pernyataan yang valid. Dalam Uji reliabilitas penelitian ini, peneliti juga menggunakan alat bantu *SPSS for Windows 22*. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Uji *Alpha Cronbach* dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Jika nilai *Alpha Cronbach* hasil perhitungan $>$ 0,6 maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian adalah reliabel.
- b. Jika nilai *Alpha Cronbach* hasil perhitungan $<$ 0,6 maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian tidak reliabel.

Berikut ini hasil uji reliabilitas pada masing-masing variabel penelitian.

Tabel 3.3

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Alpha Cronbach	Keterangan
Kepedulian terhadap orang lain (<i>Concern for others</i>)	0,813	reliabel
Mengekspresikan perasaan positif (<i>Expressing positive feelings</i>)	0,806	reliabel
Manfaat Ekonomi (<i>Economic Incentive</i>)	0,838	reliabel
Membantu Perusahaan (<i>Helping Company</i>)	0,867	reliabel
Penyedia Bantuan (<i>Platform Assistance</i>)	0,846	reliabel
Minat Beli Konsumen	0,858	reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Pengujian reliabilitas pada masing-masing variabel penelitian menghasilkan Alpha Cronbach yang lebih besar dari 0,6 mendekati 1. Mengacu pada hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa pengukuran variabel penelitian dengan menggunakan indikator-indikator yang valid mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten atau reliabel.

3.4 Analisis Data

3.4.1 Alat Analisis Data

Analisis data menggunakan alat bantu *SPSS for Windows 22*, dengan menganalisis deskriptif, uji hipotesis, uji regresi linier berganda dan uji koefisiensi determinasi.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik analisis yang didapatkan dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden. Data yang diperoleh dirangkum dan dijabarkan dengan melihat skala penilaian hasil tanggapan responden berdasarkan item kuesioner. Analisis deskriptif dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu hasil statistik yang menunjukkan karakteristik responden dan hasil yang menunjukkan nilai rata-rata tanggapan responden terhadap tiap pertanyaan mengenai variabel dalam penelitian ini. Berdasarkan informasi tersebut, dalam penelitian ini analisis statistik deskriptif akan memberikan uraian mengenai karakteristik responden dan menjelaskan bagaimana *electronic word of mouth* dan minat beli wisata kuliner yang ada didalam benak konsumen.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis pernyataan tertutup. Untuk dapat melakukan analisis deskriptif dibutuhkan rentang skala. Rentang skala dapat ditentukan dengan rumus:

$$R_s = \frac{\text{nilai terbesar} - \text{nilai terkecil}}{\text{kelas interval}}$$

$$= \frac{5-1}{3}$$

$$= 1,33$$

Tabel 3.4

Kategori Rentan Skala

Rentan Skala	Kategori
1 – 2,33	Rendah
2,34 – 3,66	Sedang
>3,67	Tinggi

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh satu variabel bebas atau variabel independent terhadap variabel terikat atau variabel dependent. Bila skor variabel bebas diketahui maka skor variabel terikatnya dapat diprediksi besarnya. Analisis regresi juga dapat dilakukan untuk mengetahui linearitas variabel terikat dengan variabel bebasnya.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan rumus yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y : Minat beli

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X₁ : *Concern for others*

X₂ : *Expressing positive feelings*

X₃ : *Economic incentives*

X_4 : *Helping the company*

X_5 : *Platform assistance*

e : *error term*

3.4.2 Pengujian Hipotesis

1. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan secara individu atau parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2011). Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, $\alpha = 0,05$
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, $\alpha = 0,05$

Bila terjadi penerimaan H_0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Rancangan pengujian hipotesis statistik ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu *concern for others* (X1) *expressing positive feelings* (X2) *economic incentives* (X3) *helping the company* (X4), *platform assistance* (X5) terhadap minat beli (Y).

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama – sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi

pengaruh *Electronic word of mouth* (E-WOM) Terhadap Minat Beli secara simultan dan parsial. dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, $\alpha = 0,05$
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, $\alpha = 0,05$

Jika terjadi penerimaan H_0 , maka dapat diartikan tidak berpengaruh signifikan model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variabel – variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).