

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode dan jenis penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Kerlinger (1973) dalam Sugiyono (2019:56) menyatakan bahwa, “*Survey Research studies large and small population (or universes) by selecting and studying samples chosen from the population to discover the relative incident, distribution, and interrelations of sociological and psychological variables*”. Neuman W Lawrence (2003) dalam Sugiyono (2019:56) juga menyatakan bahwa, “*Survey are quantitative beasth [sic!]. The survey ask many people (call responent) about their belief, opinions, characteristic, and past or present behavior*”. Sugiyono (2019:57) sendiri juga mengatakan bahwa penelitian survei ini pada umumnya adalah penelitian korelasi.

3.2 Populasi

Corper *et al* (2003) dalam Sugiyono (2019:126) menyatakan bahwa, “*Population is the total collection of element about which we wish to make some inference...A population element is the subject on which the measurement is being taken. It is the unit of study*”. Sugiyono (2019:126) sendiri mengatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek maupun subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu. Pada

penelitian ini populasi yang akan digunakan adalah seluruh warga Kota Semarang. Berdasarkan data yang diperoleh dari situs Badan Pusat Statistik Kota Semarang, pada tahun 2021 jumlah penduduk Kota Semarang berjumlah 1.656.564 jiwa. Maka dari itu pada penelitian ini jumlah populasi yang digunakan adalah 1.656.564 jiwa.

3.3 Teknik sampling

Pada penelitian ini teknik *sampling* yang akan digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *cluster sampling (area sampling)* karena daerah yang digunakan untuk menentukan sampel atau sumber data sangat luas, maka dari itu pengambilan sampelnya akan dilakukan berdasarkan jumlah populasi yang telah ditetapkan. (Sugiyono 2019:131).

3.4 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi yang digunakan menunjukkan angka yang besar, maka peneliti pun tidak mungkin dapat meneliti keseluruhan dari populasi tersebut sehingga nantinya peneliti akan menggunakan sampel untuk diambil dari populasi tersebut (Sugiyono 2019:127). Pada penelitian ini terdapat kriteria yang akan digunakan yaitu merupakan warga Kota Semarang dengan usia minimal 15 tahun. Peneliti nantinya akan menggunakan rumus Yamane untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan, karena pada penelitian ini jumlah populasi telah diketahui. Berdasarkan Sugiyono (2019:137), rumus tersebut adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

E = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) 10%

$$n = \frac{1.656.564}{1+1.656.564(0.01)^2} = 100$$

Berdasarkan rumus di atas, maka telah ditentukan bahwa jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 orang.

3.5 Operasionalisasi Konsep

Variabel X	Indikator	Pernyataan
<i>Word of mouth</i> (Sernovitz 2012:19-23)	A. <i>Talkers</i>	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk mengunjungi dan berwisata di Kampung Djadhoel Semarang.
	B. <i>Topics</i>	Saya mempromosikan kepada kalangan terdekat, keuntungan yang saya peroleh setelah mengunjungi dan berwisata di Kampung Djadhoel Semarang.
	C. <i>Tools</i>	Saya merasa bangga membicarakan Kampung Djadhoel Semarang kepada orang lain.
	D. <i>Taking part</i>	Saya sering mendapatkan informasi dari orang lain tentang Kampung Djadhoel

		Semarang dibandingkan kampung batik lain
	<i>E. Tracking</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rekomendasi dari orang lain memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan saya. 2. Saya mengerti dan memahami Kampung Djadhoel dengan baik dari evaluasi orang lain yang pernah mengunjungi dan berwisata di Kampung Djadhoel Semarang.
Variabel Y	Indikator	Pernyataan
<i>Brand awareness</i> (Rangkuti, 2002:40)	<i>A. Top of brand</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya dapat mengenali Kampung Djadhoel Semarang diantara kampung batik lainnya. 2. Saya teringat brand Kampung Batik Semarang ketika melihat kampung batik yang lain. 3. Saya mampu mengingat brand Kampung Djadhoel Semarang. 4. Saat saya ingin berwisata ke kampung batik, saya akan teringat Kampung Djadhoel Semarang.
	<i>B. Brand recall</i>	Saya akan menjadikan Kampung Djadhoel Semarang sebagai alternatif pilihan ketika akan mengunjungi atau berwisata ke kampung batik.
	<i>C. Brand recognition</i>	Saya dapat mengenali tempat dan fasilitas dari Kampung Djadhoel Semarang.
	<i>D. Unware of brand</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada saat ingin mengunjungi atau berwisata di kampung batik, yang ada di benak

		<p>saya adalah Kampung Djadhoel Semarang.</p> <p>2. Saya mampu memahami tempat, suasana, dan fasilitas Kampung Djadhoel Semarang.</p>
--	--	---

3.6 Hipotesis Riset

Hipotesis merupakan sebuah jawaban yang bersifat sementara terhadap suatu rumusan masalah, dimana rumusan masalah tersebut sudah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2019:99). Pada sebuah penelitian terdapat 2 jenis hipotesis yaitu hipotesis alternatif dan hipotesis nol. Hipotesis Alternatif (H_a) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara variabel X dan Y. Kemudian Hipotesis Nol (H_0) menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan dan tidak ada pengaruh antara variabel X dan Y (Suharsimi, 2010:112-113).

Dalam penelitian ini hipotesis dirumuskan dengan:

- Hipotesis Alternatif (H_a) : Adanya pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* dengan *brand awareness*.
- Hipotesis Nol (H_0) : Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* dengan *brand awareness*.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di berbagai wilayah secara luas

(Sugiyono 2019:199). Melalui kuesioner ini nantinya akan diukur menggunakan skala Likert 4 tingkat.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2010:211), uji validitas merupakan sebuah ukuran yang menunjukkan tingkatan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang diinginkan. Uji validitas akan dilakukan oleh peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Rumus korelasi yang akan digunakan dalam penelitian ini nantinya adalah menggunakan rumus yang dikemukakan oleh *Pearson* yang dikenal dengan rumus *correlation product moment* dengan cara mengkorelasikan skor butir soal dengan skor total. Valid atau tidaknya kuesioner tersebut didapat dari perbandingan r_{hitung} dan r_{tabel} . Rumus tersebut adalah sebagai berikut (Arikunto, 2010:213):

Rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi Pearson's Product Moment

N = jumlah individu dalam sampel

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah untuk variabel Y

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Pearson Corelation, pedoman suatu model dikatakan valid jika tingkat signifikansinya dibawah 0,05 maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Data tersebut dapat dikatakan tidak valid jika ($r_{hitung} < r_{tabel}$) dan dapat dikatakan valid jika ($r_{hitung} > r_{tabel}$)

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2012:221), uji reliabilitas mengarah pada sebuah pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Rumus yang akan digunakan untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini nantinya adalah menggunakan rumus *Alpha*. Rumus tersebut adalah sebagai berikut (Suharsimi, 2010:238-239):

Rumus:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan :

R_{11} = Reliabilitas instrumen.

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal.

$\sum b^2$ = Jumlah varians butir.

σ_1^2 = Varians total.

Dalam uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*, suatu instrumen dikatakan reliabel atau tidaknya dapat dilihat melalui kriteria apabila nilai *Alpha Cronbach* $> 0,6$ maka akan disebut reliabel. Namun sebaliknya jika nilai *Alpha Cronbach* $< 0,6$ maka instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian dianggap tidak reliabel (Juliansyah, 2015:165).

3.8.3 Skala Likert

Menurut Sugiyono (2019:146) Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap variabel dalam penelitian ini akan diukur menggunakan skala *likert* untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi responden tentang suatu objek. Adapun kelebihan dalam teknik ini, yaitu:

1. Interval respons yang lebih besar yang membuat skala ini dapat memberi keterangan yang lebih nyata atau tegas tentang pendapat atau sikap responden tentang isu yang dipertanyakan.
2. Tingkat reliabilitas yang tinggi.
3. Memperlihatkan beberapa respon alternatif konsumen terhadap suatu karakteristik produk.

Untuk menghindari pilihan jawaban ragu-ragu atau makna ganda, penulis menggunakan modifikasi skala *likert* dengan 4 (empat) pilihan jawaban dengan deskripsi sebagai berikut:

Skala	Keterangan	Bobot / Nilai
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3

TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.8.4 Uji Normalitas

Sugiyono (2013:228) mengatakan bahwa setiap data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal, maka dari itu perlu untuk dilakukan uji normalitas. Dalam uji normalitas terdapat 2 cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan menggunakan analisis grafik dan uji Kolmogorov-Smirnov. Pada penelitian ini, nantinya akan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) untuk menentukan hasil analisis grafik dan uji Kolmogorov-Smirnov.

3.8.5 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana berdasar pada hubungan fungsional maupun kausal antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2012:261). Pada penelitian ini, peneliti mengolah data untuk menganalisis hubungan antara dua variabel yaitu *word of mouth* dan *brand awareness* dan juga untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini. 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. Analisis regresi linear sederhana terdiri dari satu variabel bebas (predictor) dan satu variabel terikat (respon), dengan persamaan (Sugiyono, 2012:261):

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y ketika harga $X = 0$ (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

