

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian *pengaruh e-WOM terhadap kepercayaan dan niat beli konsumen* menggunakan metode kuantitatif, untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Proses pengumpulan data pada metode kuantitatif lebih banyak dilakukan dengan cara survei dan penyebaran kuesioner dengan tujuan (1) dapat menjelaskan fenomena secara lebih terukur, (2) mempunyai hasil yang dapat digeneralisasi serta (3) dapat membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan (Siregar, 2013). Penelitian ini dilakukan dengan cara survei yang mempunyai definisi, penelitian yang tidak melakukan perubahan terhadap variabel yang diteliti dan data disajikan dengan angka atau perhitungan statistik (kuantitatif) (Siregar, 2013) agar lebih mudah dipahami serta mempunyai fokus utama yaitu mengukur niat beli konsumen pada salah satu toko *online* yang ada di jejaring sosial *Facebook.com* dan *Kaskus.com* serta dapat dicari di mesin pencarian *google* yaitu, *Dimztro Global Store* melalui motif mencari informasi *E-WOM* dan kepercayaan.

Menurut situs *bps.go.id*. pengumpulan data dengan metode survei memiliki kelebihan yaitu, (1) menghemat biaya dalam pengumpulan data, (2) pengumpulan dan penyajian data lebih cepat, (3) cakupan variabel lebih luas dan akurasi lebih baik.

### 3.2 Identifikasi Variabel

Variabel adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka (kuantitatif) atau konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai dan dapat berubah-ubah nilainya (Siregar, 2013). Variabel yang digunakan pada penelitian ini berupa satu variabel bebas (*independen / eksogen*) dilambangkan dengan huruf “X”, satu variabel *mediasi* dilambangkan dengan huruf “M”, dan satu variabel terikat (*dependen / endogen*) dilambangkan dengan huruf “Y” yang membentuk paradigma sederhana berurutan. Paradigma sederhana berurutan adalah pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan, terdiri dari lebih dari dua variabel, tetapi hubungannya masih sederhana (Derry, 2014).

#### 3.2.1 Variabel Bebas / *Independen / Eksogen* (X)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab, atau merubah/mempengaruhi variabel lain (Siregar, 2013). *Electronic word of mouth (e-WOM)* merupakan variabel bebas dalam penelitian ini.

#### 3.2.2 Variabel *Mediasi* (M)

Variabel *mediasi* adalah variabel yang menjadi media pada suatu hubungan antara variabel bebas dan terikat (Siregar, 2013). *Trust* atau kepercayaan merupakan *variable mediasi* dalam penelitian ini.

### 3.2.3 Variabel Terikat / *Dependen* / *Endogen* (Y)

Variabel Terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena ada variabel lain (variabel bebas) (Siregar, 2013). *Purchase intention* atau yang biasa disebut niat beli adalah variabel terikat pada penelitian ini.

### 3.3 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

Variabel dalam penelitian ini diidentifikasi untuk mempermudah proses analisis serta menghindari interpretasi yang salah dari responden. Definisi operasional menurut Siregar (2013), adalah batasan/pengertian suatu konsep yang mengandung kejelasan dan ketegasan mengenai deskriptor (aspek yang terkandung atau tercakup) dan indikator (tanda-tanda keberagaman atau variabilitas) konsep yang diteliti itu bisa diukur dan dihitung. Berikut dijelaskan definisi operasional dari masing-masing variabel dan skala pengukurannya.

#### 3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Berikut ini adalah definisi operasional dari variabel yang ada pada penelitian ini:

1. *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* adalah semua komentar positif atau negatif yang dibuat oleh konsumen potensial, konsumen aktual, konsumen yang sudah pernah membeli tentang toko *online Dimztro Global Store* yang dapat diketahui melalui *internet*. Menggunakan dasar penelitian dari *Chan & Ngai* (2011), indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah:

- 1) Keinginan berinteraksi dengan pedagang toko *online Dimztro Global Store* di *Facebook* dan atau *Kaskus* sebelum membeli produk.
  - 2) Keinginan melihat pendapat orang lain tentang toko *online Dimztro Global Store* di *Facebook* dan atau *Kaskus* sebelum membeli produk.
  - 3) Adanya kebutuhan memperoleh segala informasi mengenai toko *online Dimztro Global Store* di *Facebook* dan atau *Kaskus* sebelum membeli produk.
  - 4) Sering mengumpulkan informasi secara *online*, mengenai toko *online Dimztro Global Store* di *Facebook* dan atau *Kaskus* sebelum membeli produk.
  - 5) Keinginan mengetahui pengalaman orang lain yang sudah membeli produk toko *online Dimztro Global Store* di *Facebook* dan atau *Kaskus* sebelum membeli produk.
2. *Trust* adalah perasaan terjamin yang timbul atas kejujuran, keandalan, dan kesetiaan yang dibuktikan oleh toko *online Dimztro Global Store* karena ekspektasi konsumen dan atau konsumen potensial telah sesuai dengan kenyataan. Menggunakan dasar penelitian dari Corritore dkk. (2003), Maister dkk. (2002), indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah:
- 1) Toko *online Dimztro Global Store* di *Facebook* dapat dipercaya.
  - 2) Informasi yang diberikan toko *online Dimztro Global Store* di *Facebook* dan atau *Kaskus* sangat lengkap.
  - 3) Toko *online Dimztro Global Store* di *Facebook* dan atau *Kaskus* dapat diandalkan.

- 4) Toko *online Dimztro Global Store* di *Facebook* dan atau *Kaskus* selalu mementingkan konsumennya.
  - 5) Berkomunikasi dengan pedagang toko *online Dimztro Global Store* di *Facebook* dan atau *Kaskus* membuat nyaman.
  - 6) Adanya keyakinan untuk membeli produk setelah membaca pengalaman orang lain yang sudah membeli produk toko *online Dimztro Global Store* di *Facebook* dan atau *Kaskus*.
3. Niat beli merupakan kemungkinan bagi konsumen untuk membeli suatu produk yang ada di toko *online Dimztro Global Store*. Menggunakan dasar penelitian dari Dodds dkk. (1991), indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah:
- 1) Ada niat membeli produk dari toko *online Dimztro Global Store*.
  - 2) Ada rencana membeli produk dari toko *online Dimztro Global Store* di masa depan.
  - 3) Ada kemungkinan membeli produk dari toko *online Dimztro Global Store*.

### 3.3.2 Skala Pengukuran

Pengukuran variabel berdasarkan jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner yang nilainya ditetapkan berdasarkan skala *likert* (untuk jawaban setuju, tidak setuju dan lain sebagainya). Skala *likert* adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Siregar, 2013). Dengan penjelasan pengukuran sebagai berikut:

- 1) Pada skala *Likert*, Nilai 5 = mewakili jawaban sangat setuju

- 2) Pada skala *Likert*, Nilai 4 = mewakili jawaban setuju
- 3) Pada skala *Likert*, Nilai 3 = mewakili jawaban ragu
- 4) Pada skala *Likert*, Nilai 2 = mewakili jawaban tidak setuju
- 5) Pada skala *Likert*, Nilai 1 = mewakili jawaban sangat tidak setuju

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

#### 3.4.1 Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan yang menunjukkan fakta dan dapat dipercaya, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan (Siregar, 2013). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data berupa angka-angka yang dapat diukur menggunakan alat analisis statistik. Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data *cross section*, yaitu data yang dikumpulkan pada satu periode tertentu pada beberapa objek dengan tujuan untuk menggambarkan keadaan (Siregar, 2013). Alat pengolah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *IBM SPSS Statistic* versi 21 dan *IBM SPSS AMOS* versi 22. *SPSS* merupakan kependekan dari *Statistical Package for Social Science* adalah salah satu program pengolah dan menganalisis data statistik.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti, diperoleh secara langsung dari sumber pertama (Siregar, 2013). Data primer yang ada

dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan.

2. Data sekunder, yaitu data yang diterbitkan oleh organisasi atau peneliti lain (Siregar, 2013). Data sekunder yang ada dalam penelitian ini berasal dari kegiatan kepastakaan (*library research*), yang dilakukan dengan cara membaca, mencatat dan mempelajari segala hal yang berkaitan dengan penelitian ini. Sumber kepastakaan berasal dari buku, *internet*, artikel jurnal penelitian nasional maupun internasional, dan literatur lainnya.

### 3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur yang digunakan dalam pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang diperlukan pada penelitian ini meliputi:

#### 1. Studi Pendahuluan

Kegiatan yang dilakukan sebagai pendahuluan sebelum menentukan permasalahan penelitian. Kegiatan yang dimaksud adalah melakukan pengamatan kepada lingkungan sekitar, dalam lingkup sehari-hari yang bersifat umum. Setelah menemukan permasalahan, dilakukan studi kepastakaan untuk memperdalam penelitian.

#### 2. Studi Kepustakaan

Kegiatan kepastakaan (*library research*), dilakukan dengan cara membaca, mencatat dan mempelajari segala hal yang berkaitan dengan penelitian ini. Sumber kepastakaan berasal dari buku, *internet*, artikel jurnal penelitian nasional maupun internasional, dan literatur lainnya yang terkait dan relevan dengan

permasalahan penelitian kemudian dijadikan sebagai landasan teori. Setelah terkumpul teori, variabel dan metode serta objek penelitian, dilakukan studi survei untuk mencari data yang menunjukkan fakta dan dapat dijadikan dasar menarik kesimpulan.

### 3. Studi Survei

Kegiatan survei, dilakukan dengan cara memberikan kuisisioner kepada unit penelitian dalam sampel yang jumlah dan kriterianya sudah ditentukan sebelumnya, setelah itu dilakukan uji dan analisis kemudian diambil kesimpulan. Pengertian populasi dan sampel serta uji akan dijelaskan pada subjudul 3.6 dan 3.8, sedangkan analisis hasil penelitian dan kesimpulan akan dijelaskan pada bab IV dan V.

#### 3.5.1 Alat Pengumpulan Data

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuisisioner. Kuisisioner adalah suatu alat pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang yang dapat terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau sistem yang sudah ada (Siregar, 2013). Siregar (2013) menambahkan, ada keuntungan menggunakan kuisisioner ini, diantaranya (1) jumlah responden dapat dalam jumlah besar, (2) biaya yang dibutuhkan relatif murah, (3) responden tidak perlu orang yang mempunyai keahlian dan wawasan luas, cukup yang terkait dengan permasalahan penelitian.

Pembuatan dan penyebaran kuisisioner dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara *online*, atau dapat disebut dengan *e-kuisisioner*. Kuisisioner dibuat dengan bantuan *google drive*. Dengan *google drive* pembuatan dan distribusi



kuisisioner ini menjadi mudah. *Google drive* memberi *url-link* kuisisioner yang telah dibuat, kemudian, *url* tersebut disebarakan ke forum kaskus, *facebook*, dan *website dgs*. Pembagian kuisisioner tidak sembarangan, karena telah ditentukan dengan kriteria sampel tertentu, dan setiap responden yang mengisi kuisisioner telah dianggap memenuhi syarat / kriteria tersebut.

### **3.6 Teknik Analisis**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* atau analisis jalur. Berikut adalah penjelasan mengenai analisis jalur.

#### **3.6.1 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah serumpun/sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian (Siregar, 2013). Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih adalah pengguna *Facebook* dan atau *Kaskus* baik yang memiliki akun atau tidak. Arti memiliki akun adalah semua orang yang telah mendaftarkan diri ke situs *Facebook* dan atau *Kaskus* kemudian dapat masuk (*login*) menggunakan kata sandi (*password*). Sedangkan yang tidak memiliki akun adalah semua orang yang tidak mendaftarkan diri ke situs *Facebook* dan atau *Kaskus* tetapi dapat mengetahui toko *online* yang ada di dalam situs tersebut melalui mesin pencarian di internet. Setelah menentukan populasi, langkah selanjutnya adalah menentukan sampel. Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Siregar, 2013).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non-Probability Sampling*, yang menurut Siregar (2013) memiliki definisi yaitu, setiap unit sampel tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Dalam riset ini, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel yang dijadikan responden kuisisioner yaitu, bagi pengguna yang telah melihat atau mengetahui toko *online Dimztro Global Store* (1) melalui akun *Facebook*, atau (2) melalui akun forum jual beli *Kaskus*, atau (3) melalui mesin pencarian di internet jika mereka tidak memiliki akun *Facebook* dan atau *Kaskus*, (4) dan belum pernah melakukan transaksi jual beli dengan toko *online Dimztro Global Store*. Jumlah Sampel yang dibutuhkan untuk populasi yang tersebar dan jumlah pastinya sulit untuk diketahui, Sarwono (2010) mengatakan, jika jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 atau lebih, dapat mempengaruhi tingkat signifikan dan dapat menunjukkan hasil yang lebih representatif. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah 155 orang.

### **3.6.2 Analisis Jalur (*Path Analysis*)**

*Path analysis* merupakan perluasan dari regresi linier berganda, dan yang memungkinkan analisis model-model yang lebih kompleks (Streiner, 2005). Ditambahkan oleh Sarwono (2010), *path analysis* merupakan teknik gabungan antara regresi linier berganda dan mediasi, yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang inheren antar variabel yang disusun berdasarkan urutan temporer dengan menggunakan koefisien jalur sebagai besaran nilai dalam menentukan besarnya pengaruh variabel independen eksogen terhadap variabel dependen endogen dan mempunyai asumsi-asumsi yang harus dipenuhi sama

dengan regresi linier berganda. Dari kedua penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa *path analysis* adalah pengembangan regresi linier berganda yang melihat koefisien jalur dalam menentukan besar pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen dan asumsi-asumsi (asumsi klasik) pada regresi linier berganda dapat digunakan pula pada analisis jalur.

Hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini, dibuktikan dengan menggunakan *path analysis* sebagai alat analisis. Telah disebutkan salah satu hipotesis dalam penelitian ini, variabel kepercayaan berpengaruh terhadap variabel niat beli. Hal ini dapat diartikan variabel kepercayaan memediasi hubungan antara *e-WOM* dan niat beli, untuk mengetahui kesimpulan hubungan mediasi tersebut, dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Aturan yang harus diperhatikan dalam menggunakan analisis jalur menurut Sarwono (2010) adalah (1) data metrik berskala interval, (2) terdapat variabel independen, dependen dan variabel perantara untuk model analisis jalur dengan variabel mediasi, (3) ukuran sampel yang memadai, sebaiknya di atas 100 dan idealnya 400 – 1000, (4) pola hubungan antar variabel hanya satu arah tidak boleh ada hubungan timbal balik (*reciprocal*), (5) hubungan sebab akibat didasarkan pada teori yang sudah ada dengan asumsi sebelumnya menyatakan bahwa memang terdapat hubungan sebab akibat dalam variabel-variabel yang sedang diteliti, dan (6) uji asumsi terpenuhi.

### **3.6.2.1 Tahapan Menggunakan Analisis Jalur**

Menurut Sarwono (2010), ada beberapa tahapan dalam menggunakan analisis jalur, yaitu:

## 1. Merancang model berdasarkan teori

Tahapan awal analisis jalur adalah membuat deskripsi secara visual (gambar) hubungan antar variabel, berdasarkan teori dan pengembangan hipotesis yang telah dituliskan sebelumnya pada bab 2 tinjauan pustaka. Langkah ini sudah dilakukan pada bab 2 bagian 4 (2.4) dengan judul model analisis.

## 2. Membuat hipotesis operasional

Tahapan selanjutnya adalah membuat  $H_0$  yang menyatakan tidak berpengaruh, dan  $H_1$ ,  $H_2$ ,  $H_3$  yang menyatakan variabel yang diteliti memiliki pengaruh agar penelitian bersifat objektif. Berikut adalah  $H_0$  dari masing-masing  $H_1$ ,  $H_2$ ,  $H_3$  yang telah dituliskan dalam bab 2 tinjauan pustaka,

a.  $H_1$ : *e-WOM* berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen pada toko *online Dimztro Global Store*

$H_0$ : *e-WOM* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen pada toko *online Dimztro Global Store*

b.  $H_2$ : *e-WOM* berpengaruh terhadap niat beli konsumen pada toko *online Dimztro Global Store*

$H_0$ : *e-WOM* tidak berpengaruh terhadap niat beli konsumen pada toko *online Dimztro Global Store*

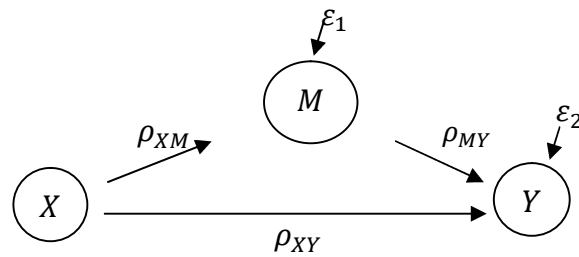
c.  $H_3$ : Kepercayaan berpengaruh terhadap niat beli konsumen pada toko *online Dimztro Global Store*

$H_0$ : Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat beli konsumen pada toko *online Dimztro Global Store*

### 3. Membuat diagram jalur

Kemudian tahapan ketiga adalah membuat diagram jalur. Diagram jalur digunakan untuk merepresentasikan permasalahan dan menentukan persamaan struktural yang menyatakan hubungan antar variabel pada diagram jalur yang dibuat dalam bentuk gambar. Digunakan tiga lambang yaitu,  $X$ ,  $M$ , dan  $Y$  yang mewakili masing masing dari variabel eksogen (yang merupakan variabel penyebab) dan variabel mediasi (yang merupakan variabel perantara) serta variabel endogen (sebagai variabel akibat). Sedangkan faktor-faktor lain yang merupakan variabel yang tidak sengaja diukur dilambangkan dengan  $\varepsilon$  ( $\varepsilon_1, \varepsilon_2$ ) yang disebut sebagai *error*.

Dalam diagram jalur digunakan 2 macam anak panah yaitu, (1) anak panah satu arah yang menyatakan pengaruh langsung dari sebuah variabel eksogen ke sebuah variabel endogen, (2) anak panah dua arah yang menyatakan hubungan korelatif antara variabel eksogen. Pada penelitian ini, anak panah dua arah tidak digunakan, karena hanya ada satu variabel eksogen. Selain menggunakan garis untuk menyatakan hubungan antar variabel, digunakan pula koefisien jalur yang berfungsi sebagai penegas hubungan antar variabel yang dinotasikan kedalam angka. Untuk menghitung koefisien jalur diperlukan pemahaman identifikasi diagram jalur yang akan dianalisis. Adapun diagram jalur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 3.1 Diagram Jalur**

Berdasarkan gambar 3.1 menyatakan hubungan kausal dari  $X$  dan  $M$  terhadap  $Y$ , serta dari  $X$  terhadap  $Y$  yang dideskripsikan sebagai berikut:

$X$  : menyatakan variabel eksogen (*e-WOM*)

$M$  : menyatakan variabel mediasi (kepercayaan)

$Y$  : menyatakan variabel endogen (niat beli)

$\varepsilon$  : menyatakan galat (error) yang merupakan gabungan dari:

- variabel lain diluar  $X$  dan  $M$  yang mungkin mempengaruhi  $Y$  yang telah teridentifikasi oleh teori, tetapi tidak dimasukkan dalam model.
- variabel lain diluar  $X$  dan  $M$  yang mungkin mempengaruhi  $Y$  tetapi belum teridentifikasi oleh teori.
- kekeliruan pengukuran (*error of measurement*).

$\rho$  : Menyatakan besarnya hubungan pengaruh langsung, disebut juga koefisien jalur (*path coefficient*).

$\rho_{XM}$  : Menyatakan besarnya hubungan pengaruh langsung  $M$  terhadap  $X$ .

$\rho_{XY}$  : Menyatakan besarnya hubungan pengaruh langsung  $Y$  terhadap  $X$ .

$\rho_{MY}$  : Menyatakan besarnya hubungan pengaruh langsung  $Y$  terhadap  $M$ .

#### 4. Membuat persamaan

Selanjutnya tahapan yang dilakukan adalah membuat persamaan struktural. Persamaan struktural adalah persamaan yang menyatakan hubungan antar variabel pada diagram jalur yang ada (Sarwono, 2010). Hubungan variabel  $X$ ,  $M$ , dan  $Y$  adalah asosiatif kausal. Asosiatif kausal adalah hubungan antara dua variabel atau lebih yang salah satu variabelnya menjadi penyebab kausal terhadap variabel lainnya (Sugiyono, 2008). Atau dengan kata lain setiap ada perubahan pada variabel penyebab, perubahannya akan diikuti oleh variabel akibat. Hubungan  $X$ ,  $M$  dan  $Y$  pada gambar 3.1 dapat dinotasikan dalam bentuk persamaan struktural. Persamaan yang digunakan adalah:

$$M = \rho_{XM} X + \varepsilon_1 \quad \dots\dots\dots (1)$$

$$Y = \rho_{XY} X + \rho_{MY} M + \varepsilon_2 \quad \dots\dots\dots (2)$$

Persamaan (1) menyatakan adanya hubungan pengaruh langsung dari variabel eksogen (*e-WOM*) terhadap variabel mediasi (kepercayaan) dengan galat  $\varepsilon_1$ , yang mempunyai arti variabel *e-WOM* menjadi penyebab langsung dari variabel kepercayaan, besarnya pengaruh dapat ditunjukkan oleh koefisien jalur  $\rho_{XM}$ . Persamaan (2) menyatakan pengaruh tidak langsung dari  $X$  terhadap  $Y$  karena dimediasi oleh variabel  $M$  dengan galat  $\varepsilon_2$ , yang mempunyai arti variabel niat beli menjadi akibat dari variabel *e-WOM* tetapi hubungannya tidak memiliki pengaruh secara langsung karena melalui perantara variabel kepercayaan terlebih

dahulu, besarnya pengaruh tidak langsung ditunjukkan oleh koefisien jalur  $\rho_{MY}$  dan  $\rho_{XY}$ .

Koefisien jalur adalah koefisien regresi standar atau disebut 'beta' yang menunjukkan pengaruh langsung dari suatu variabel bebas terhadap variabel tergantung dalam suatu model jalur tertentu (Sarwono, 2010). Nilai koefisien jalur dapat dilihat pada kolom *standardized coefficient beta* pada hasil running data SPSS yang jika besarnya mendekati satu (1) atau minus satu (-1), maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel lain. Tanda di depan angka koefisien adalah bentuk dari pengaruh variabel, jika bertanda (-) minus maka variabel tersebut mempunyai pengaruh yang berlawanan, jika di depan angka koefisien tidak ada tanda (bernilai positif), maka variabel tersebut mempunyai pengaruh yang searah. Maksud dari pengaruh berlawanan adalah apabila variabel penyebab memiliki nilai tinggi, maka variabel akibat menjadi rendah nilainya, sedangkan maksud pengaruh searah adalah apabila variabel penyebab memiliki nilai tinggi, maka variabel akibat menjadi tinggi pula nilainya.

### **3.6.3 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur serta Asumsi Klasik**

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Untuk dapat dikatakan instrument penelitian yang baik, paling tidak memenuhi lima kriteria, yaitu: validitas (ketepatan alat ukur penelitian), reliabilitas (konsistensi dan stabilitas suatu skor dari suatu instrumen pengukur), sensitivitas (kemampuan suatu instrumen untuk melakukan diskriminasi yang diperlukan untuk masalah



penelitian), objektivitas (derajat pengukuran instrumen bebas dari pendapat penilaian subyektif, bebas dari bias, dan perasaan orang-orang yang menggunakan tes), fisibilitas (berkaitan dengan aspek-aspek ketrampilan, penggunaan sumberdaya, dan waktu) (Siregar, 2013). Fokus pengukuran baik atau tidaknya instrument penelitian ini ada pada validitas dan reliabilitas serta memenuhi asumsi klasik apabila menggunakan analisis jalur sebagai alat analisis.

### 3.6.3.1 Validitas

Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur dan suatu instrumen penelitian harus valid agar hasilnya dapat dipercaya, jenis validitas ada empat, yaitu: (1) Validitas Rupa (validitas ini lebih mengacu pada bentuk dari penampilan instrumen), (2) Validitas Isi (alat ukur yang mampu mengungkap isi suatu variabel yang hendak diukur), (3) Validitas Kriteria (suatu instrumen yang dibandingkan dengan instrument lain yang sudah valid dan *reliable* dengan cara mengkorelasikannya), (4) Validitas Konstruk (kemampuan alat ukur, mengukur pengertian konsep yang diukurnya) (Siregar, 2013). Pada penelitian ini, validitas konstruk yang dipilih karena sudah termasuk validitas isi dan kriteria dalam prosedurnya.

Menurut Siregar (2013), ada kriteria yang dapat digunakan untuk mengetahui kuisioner yang digunakan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur, yaitu:

1. Jika koefisien korelasi *product moment/* r-hitung melebihi 0,3
2. Jika koefisien korelasi *product moment/* r-hitung  $>$  r-tabel ( $\alpha ; n-2$ ),  $n =$  jumlah sampel

3. Nilai signifikan  $\leq \alpha$

### 3.6.3.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini adalah *Internal Consistency* yang dilakukan cukup sekali saja kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik *Alpha Cronbach* (dikatakan *reliable* apabila koefisien reliabilitas  $[r_{11}] > 0,6$ ) (Siregar, 2013).

### 3.6.3.3 Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji untuk mengukur indikasi ada tidaknya penyimpangan data melalui hasil distribusi, korelasi, *variance* indikator-indikator dari variabel. Pada penelitian ini, uji autokorelasi tidak digunakan karena data dalam penelitian ini adalah data *cross section* bukan data *time series*, dan tidak perlu menggunakan uji multikolinieritas serta dan uji heteroskedastisitas karena hanya ada satu variabel independen (Hair dkk., 2010), sehingga hanya dilakukan uji normalitas saja.

#### A. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak, model yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal (Hair dkk., 2010). Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji *Normal P Plot*, uji *Histogram*, uji *Chi Square*,

*Skewness dan Kurtosis* atau uji *Kolmogorov Smirnov*. Dalam penelitian ini, dilakukan uji normal menggunakan *P plot* untuk mendeskripsikan data secara visual, dan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* untuk memastikan tepat tidaknya hasil visual. Data yang normal secara visual mempunyai sebaran residual mendekati dan mengikuti sepanjang garis diagonal, serta memiliki nilai signifikan uji *Kolmogorov Smirnov (KS)* > 0.05.



*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

