

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif didefinisikan oleh Malhotra (2007) sebagai metode penelitian yang mengukur suatu data dan mengaplikasikannya dalam analisis statistik. Riset kuantitatif lebih memperhatikan pada pengumpulan dan analisis data yang sifatnya numerik. Hal ini dipertegas oleh pernyataan dari Punch (2013) yang mengatakan bahwa riset kuantitatif merupakan riset empiris di mana data adalah dalam bentuk sesuatu yang dapat dihitung atau angka.

Karakteristik dari penelitian kuantitatif tercermin juga dengan adanya sampel penelitian dalam jumlah yang cukup besar serta cara pengambilan data yang terstruktur. Desain penelitian ini tergolong dalam kategori studi kausal atau sebab akibat. Cooper dan Schindler (2001) menjelaskan bahwa analisis kausal menjelaskan bagaimana suatu variabel mempengaruhi atau mengakibatkan suatu hal pada variabel lainnya. Metode yang akan digunakan pada penelitian ini nantinya adalah eksperimen.

3.2. Desain Penelitian

3.2.1. Desain Eksperimental

Bungin (2008) menjelaskan bahwa metode eksperimen mengutamakan cara-cara manipulasi pada suatu objek penelitian sedemikian rupa sesuai dengan

format penelitian yang diinginkan. Malhotra (2007) menyatakan bahwa terdapat 2 jenis studi eksperimen, yaitu eksperimen laboratorium dan lapangan. Eksperimen laboratorium didefinisikan sebagai suatu eksperimen dimana peneliti dapat mengontrol kondisi sesuai dengan keinginannya, termasuk didalamnya adalah manipulasi variabel dan kontrol atas variabel di luar pengukuran penelitian. Sedangkan eksperimen lapangan adalah eksperimen yang dilakukan pada kondisi riil atau berada dalam kondisi aktual yang sebenarnya terjadi.

Jenis studi eksperimen yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksperimen laboratorium. Sekaran (2003) menjelaskan bahwa eksperimen laboratorium memungkinkan peneliti untuk mengontrol dengan ketat variabel yang ada untuk membentuk tingkat efek kausal serta menguji efek tersebut. Ketika kontrol dan manipulasi digunakan dalam penelitian untuk membangun hubungan sebab akibat dalam pengaturan buatan, maka eksperimen laboratorium cocok digunakan oleh para peneliti. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh Zikmund dan Babin (2011) yang menyatakan bahwa peneliti memiliki kendali penuh atas pengaturan riset dan variabel *extraneous*.

Dalam penelitian eksperimen laboratorium, akan terdapat variabel manipulasi, dimana terlebih dahulu akan dilakukan manipulasi atau perlakuan atas variabel sebelum penelitian serta dengan melakukan kontrol yang ketat terhadap variabel di luar pengukuran penelitian. Penelitian yang berdesain eksperimen laboratorium, umumnya memiliki validitas internal yang tinggi dan diharapkan mampu menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel secara jelas. Hal ini didukung dengan pernyataan Sekaran (2003) yang menyatakan bahwa validitas

internal dikatakan tinggi apabila penelitian studi klausul dilakukan dengan eksperimen laboratorium.

3.2.2. Stimuli Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain faktorial $2 \times 2 \times 2$ dalam penentuan partisipan dan kondisi manipulasi penelitian. Variabel manipulasi yang akan diberikan perlakuan nantinya adalah variabel valensi informasi, identitas sumber, dan kualitas argumen. Stimuli penelitian nantinya akan berbentuk lampiran tampilan cetak (*screenshot*) *posting-an* berbentuk gambar dari situs *online review* elektronik telepon genggam.

Dalam tampilan *screenshot* tersebut, isi dari ulasan (*review*), identitas pemberi ulasan, dan kualitas argumen yang ditampilkan akan dimanipulasi. Isi dari ulasan akan menampilkan topik terkini mengenai telepon genggam dalam situs tersebut. Nantinya, valensi informasi dari ulasan akan di manipulasi dalam dua kondisi yaitu positif dan negatif *review*. Mengacu pada Kusumasondjaja dkk., (2012) identitas sumber dikelompokkan dalam dua kondisi, identitas yang dinyatakan (ada) dan tidak dinyatakan (tidak ada). Kualitas argumen berdasarkan studi penelitian Cheung dkk., (2012) nantinya juga akan dimanipulasi berdasarkan kuat (tinggi) dan lemah (rendah) suatu argumen yang disampaikan dalam ulasan di halaman situs.

Dalam memberikan stimuli penelitian terhadap partisipan, desain yang digunakan oleh peneliti adalah *between subject*, yaitu mengelompokkan partisipan kedalam beberapa subsampel dan tiap-tiap subsampel akan menerima perlakuan

yang berbeda-beda. Partisipan akan dikelompokkan berdasarkan stimuli dari variabel manipulasi valensi informasi, identitas sumber, dan kualitas argumen. Kelompok pertama dalam penelitian ini mendapatkan stimuli penelitian valensi informasi positif, identitas sumber yang di nyatakan (ada) dan kualitas argumen dari pemberi *review* yang kuat (tinggi). Kelompok kedua mendapatkan stimuli penelitian valensi informasi positif, identitas sumber yang di nyatakan (ada) dan kualitas argumen yang lemah (rendah). Kelompok ketiga mendapatkan stimuli penelitian valensi informasi yang positif, identitas sumber yang tidak di nyatakan (tidak ada), dan kualitas argumen yang kuat (tinggi). Kelompok keempat mendapatkan stimuli penelitian valensi informasi yang positif, identitas sumber yang tidak di nyatakan (tidak ada) dan kualitas argumen yang lemah (rendah). Kelompok kelima mendapatkan stimuli penelitian valensi informasi negatif, identitas sumber yang di nyatakan (ada), dan kualitas argumen yang kuat (tinggi). Kelompok keenam mendapatkan stimuli penelitian valensi informasi negatif, identitas sumber yang di nyatakan (ada), dan kualitas argumen yang lemah (rendah). Kelompok ketujuh mendapatkan stimuli penelitian valensi informasi negatif, identitas sumber yang tidak di nyatakan (tidak ada), dan kualitas argumen yang kuat (tinggi). Kelompok kedelapan mendapatkan stimuli penelitian valensi informasi negatif, identitas sumber yang tidak di nyatakan (tidak ada), dan kualitas argumen yang lemah (rendah). Secara singkat, Tabel 3.1 dibawah menggambarkan desain faktorial yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.1
Desain Faktorial Penelitian

		Identitas Sumber			
		<i>Di nyatakan (ada)</i>		<i>Tidak di nyatakan (tidak ada)</i>	
Kualitas Argumen		<i>Kuat (tinggi)</i>	<i>Lemah (rendah)</i>	<i>Kuat (tinggi)</i>	<i>Lemah (rendah)</i>
Valensi Informasi	<i>Positif</i>	Stimuli <i>online review</i> yang memuat valensi informasi positif, identitas sumber ada, dan kualitas argumen yang kuat	Stimuli <i>online review</i> yang memuat valensi informasi positif, identitas sumber ada, dan kualitas argumen yang lemah	Stimuli <i>online review</i> yang memuat valensi informasi positif, identitas sumber tidak ada, dan kualitas argumen yang kuat	Stimuli <i>online review</i> yang memuat valensi informasi positif, identitas sumber tidak ada, dan kualitas argumen yang lemah
	<i>Negatif</i>	Stimuli <i>online review</i> yang memuat valensi informasi negatif, identitas sumber ada, dan kualitas argumen yang kuat	Stimuli <i>online review</i> yang memuat valensi informasi negatif, identitas sumber ada, dan kualitas argumen yang lemah	Stimuli <i>online review</i> yang memuat valensi informasi negatif, identitas sumber tidak ada, dan kualitas argumen yang kuat	Stimuli <i>online review</i> yang memuat valensi informasi negatif, identitas sumber tidak ada, dan kualitas argumen yang lemah

3.3. Identifikasi Variabel

3.3.1. Variabel Manipulasi

Variabel manipulasi adalah variabel yang dapat dikendalikan dan diubah oleh peneliti dalam sebuah penelitian (MacLin dan Solso, 2010). Variabel ini merupakan variabel yang nantinya akan di manipulasi oleh peneliti, dimana efek yang timbul dari manipulasi tersebut kemudian akan diukur dan dibandingkan

(Malhotra, 2007). Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel manipulasi yang juga bertindak sebagai variabel bebas. Adapun variabel manipulasi tersebut adalah:

1. Valensi informasi. Dalam penelitian ini, variabel valensi informasi pada ulasan *online* merupakan variabel bebas yang terdiri dari valensi informasi positif (x1) dan valensi informasi negatif (x2).
2. Identitas sumber. Dalam penelitian ini, variabel identitas sumber pada ulasan *online* merupakan variabel bebas yang terdiri dari identitas sumber yang dinyatakan (x3) dan identitas sumber yang tidak dinyatakan (x4).
3. Kualitas argumen. Dalam penelitian ini, variabel kualitas argumen pada ulasan *online* merupakan variabel bebas yang terdiri dari kualitas argumen kuat (x5) dan kualitas argumen lemah (x6).

3.3.2. Variabel Terukur

Merupakan variabel tergantung, atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel ini diamati dampak perubahannya dalam sebuah penelitian (MacLin dan Solso, 2010). Dalam penelitian ini, terdapat beberapa variabel terukur, diantaranya :

1. Kepercayaan. Variabel terukur kepercayaan dalam penelitian ini merupakan variabel independen.

2. Niat beli. Variabel terukur niat beli dalam penelitian ini merupakan variabel dependen.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Untuk mempermudah proses penelitian variabel yang digunakan, tiap-tiap variabel akan diidentifikasi agar tidak menimbulkan kesalahan interpretasi oleh partisipan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel manipulasi yang terdiri dari valensi informasi, identitas sumber, dan kualitas argumen serta dua variabel terukur yaitu, kepercayaan dan niat beli.

3.4.1. Valensi Informasi

Dalam penelitian ini valensi informasi dikelompokkan dalam dua kondisi yaitu positif dan negatif. Sebagaimana dikemukakan oleh Frijda (1986), valensi dapat didefinisikan sebagai orientasi positif atau negatif tentang suatu objek atau situasi yang ada. Penelitian ini juga akan melihat akibat yang timbul dari adanya valensi informasi yang positif maupun negatif dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi kepercayaan serta niat beli konsumen. Mengadaptasi penelitian Kusumasondjaja dkk., (2012) valensi informasi akan dimanipulasi dengan menampilkan dua bentuk ulasan yang berbeda yaitu:

- 1 **Valensi informasi positif (x1)**. Dalam tipe valensi informasi ini, *online review* secara keseluruhan akan mengandung orientasi ulasan yang baik dan mengarah pada pernyataan – pernyataan positif seperti, “saya puas dengan layar jernih dari *handphone* ini”, dsb. Ulasan yang

digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan fitur yang terdapat pada *handphone* yang akan disamakan merknya tersebut.

- 2 **Valensi informasi negatif (x2).** Dalam tipe valensi informasi ini, *online review* secara keseluruhan akan diarahkan pada orientasi ulasan yang bersifat mencela atau mencerminkan ketidakpuasan konsumen atas produk tersebut. Ulasan yang digunakan dalam penelitian ini berkaitan juga dengan fitur pada *handphone* yang akan disamakan merknya tersebut.

3.4.2. Identitas Sumber

Identitas sumber yang termasuk salah satu aspek dari kredibilitas sumber secara konsisten telah diidentifikasi sebagai isyarat penting dalam memberikan pengaruh terhadap suatu informasi (Pornpitakpan, 2004; Sussman dan Siegal, 2003). Hal tersebut didukung pula oleh temuan Chow dkk., (1995) yang membuktikan bahwa identitas sumber yang jelas terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kredibilitas suatu pesan atau informasi. Variabel manipulasi identitas sumber dalam penelitian ini dikelompokkan dalam dua bentuk yang mengadaptasi penelitian Kusumasondjaja dkk., (2012) yaitu identitas sumber yang dinyatakan (ada) dan tidak dinyatakan (tidak ada).

- 1 **Identitas sumber yang dinyatakan (x3).** Dalam tipe identitas sumber yang dinyatakan (ada), identitas dari individu yang memberikan informasi dalam bentuk ulasan (*review*) tersebut akan ditampilkan. Identitas yang dinyatakan termasuk didalamnya adalah nama, lokasi, foto diri (*avatar*), dan jumlah *posting-an*, serta seberapa banyak

informasi yang ditampilkan mendapatkan apresiasi dari *user* lain dengan menampilkan juga indikator *thanks meter* yang ada pada kolom identitas tersebut.

- 2 Identitas sumber yang tidak dinyatakan (x4).** Dalam tipe identitas sumber yang tidak dinyatakan (tidak ada), identitas dari individu yang memberikan informasi dalam bentuk ulasan (*review*) tersebut tidak ditampilkan sama sekali.

3.4.3. Kualitas Argumen

Kualitas argumen menentukan sikap seseorang terhadap pesan terutama melalui *feedback* yang diperoleh dari orang lain dalam kaitannya dengan pemberian manfaat dari argumen yang disajikan. Sebuah argumen yang kuat diharapkan dapat menghasilkan respon yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan argumen yang lemah (Cheung dkk., 2012). Penelitian ini mengadaptasi Bhattacharjee dan Stanford (2006) yang menyatakan bahwa kualitas argumen mengacu pada kekuatan persuasif pesan yang terkandung dalam informasi tersebut.

- 1. Kualitas argumen kuat (x5).** Dalam tipe manipulasi ini, kualitas argumen akan berisi ulasan yang berkaitan dengan produk, mudah di pahami, menampilkan pesan secara persuasif, dan disertai beberapa alasan yang dituliskan berdasarkan fakta dari produk yang di ulas, seperti, “layar *handphone* sebesar 5.0 inci dengan ppi (*pixel per inch*) sebesar 441 ini menghasilkan kualitas gambar yang sangat bagus dan begitu tajam”.

2. **Kualitas argumen lemah (x6).** Dalam tipe manipulasi ini, kualitas argumen akan berisi ulasan yang subjektif, emosional, dan tanpa informasi berarti yang berkaitan dengan fakta produk seperti, “Wow! Saya sangat mengagumi produk ini dan menikmati untuk menggunakannya dalam jangka waktu yang lama”.

3.4.4. Kepercayaan Konsumen

Dalam konteks psikologi, kepercayaan didefinisikan sebagai harapan yang timbul dari sebuah kata, janji, ucapan, maupun pernyataan tertulis dari orang lain yang dapat mereka andalkan (Rotter, 1967). Kepercayaan didefinisikan oleh (Moorman dkk., 1992) sebagai kemauan seseorang untuk melakukan pertukaran (*exchange*) dengan orang lain yang mereka yakini. Berdasarkan temuan dari penelitian terdahulu, kepercayaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemauan seseorang untuk melakukan pertukaran pada situs *online review*, atas informasi dari produk telepon genggam. Untuk mengukur jawaban dari partisipan, digunakan indikator pertanyaan yang diadopsi dan telah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini dari penelitian Bart dkk., (2005) berikut:

- a. Ulasan lebih dapat dipercaya
- b. Ulasan dapat memberikan bukti
- c. Secara keseluruhan pembaca percaya pada ulasan
- d. Secara keseluruhan pembaca percaya pada informasi yang ada
- e. Secara keseluruhan pembaca yakin atas rekomendasi yang diberikan

Skor kepercayaan diketahui dengan cara menghitung frekwensi jawaban yang diberikan konsumen atas pertanyaan dalam kuisisioner. Skor akan diukur dengan skala Likert lima tingkat (5= sangat setuju, 4= setuju, 3= cukup setuju, 2= tidak setuju, 1= sangat tidak setuju).

3.4.5. Niat Pembelian

Niat pembelian atau niat beli didefinisikan oleh Hsiao dkk., (2010) sebagai kemungkinan atas konsumen untuk merencanakan atau bersedia untuk membeli produk tertentu di masa depan. Niat beli dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemungkinan konsumen untuk bersedia melakukan pembelian kembali pada produk telepon genggam di masa yang akan datang. Untuk mengukur jawaban dari partisipan, digunakan indikator pertanyaan yang diadopsi dan telah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini dari penelitian Zeithaml (1988) berikut ini:

- a. Kemungkinan untuk membeli produk telepon genggam
- b. Pertimbangan untuk membeli produk telepon genggam
- c. Keinginan untuk membeli produk telepon genggam

Skor niat beli diketahui dengan cara menghitung frekwensi jawaban yang diberikan konsumen atas pertanyaan dalam kuisisioner. Skor akan diukur dengan skala Likert lima tingkat (5= sangat setuju, 4= setuju, 3= cukup setuju, 2= tidak setuju, 1= sangat tidak setuju).

3.5. Jenis dan Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 jenis, diantaranya adalah:

1. Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil kuisisioner *pre-test*, dan *main test* eksperimen.
2. Data sekunder, merupakan data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan yang bersumber baik dari buku, jurnal, situs internet, serta literatur lain yang memiliki keterkaitan dengan penelitian.

3.6. Partisipan Penelitian

3.6.1. Populasi Penelitian

Pada penelitian yang berdesain eksperimental, terdapat unit pengujian atau unit tes yang didefinisikan oleh Zikmund dkk., (2011) sebagai subjek atau entitas yang responnya terhadap perlakuan eksperimen diukur atau diobservasi.. Penelitian kausalitas eksperimen didefinisikan oleh Malhotra (2007) sebagai penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana hasil penelitian di dalam kelompok-kelompok tertentu yang mempunyai karakteristik homogen, dan bukan untuk menggeneralisasikan hasil penelitian didalam suatu kelompok yang mewakili masyarakat.

Pemilihan partisipan dalam penelitian ini difokuskan pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Pemilihan Mahasiswa adalah untuk mengurangi *confounding effect*, yang disebabkan oleh perbedaan karakteristik dalam populasi. Selain itu, mahasiswa

dinilai lebih homogen secara demografi (*e.g.*, usia, gaya hidup, pendapatan) serta untuk memberikan kemudahan akses bagi peneliti dalam melakukan penelitian.

3.6.2. Partisipan Penelitian

Selain syarat yang telah ditetapkan, bahwa partisipan penelitian diwajibkan Mahasiswa Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, syarat wajib selanjutnya untuk menjadi partisipan dalam penelitian ini adalah partisipan diharuskan memiliki pengalaman terdahulu dalam membaca situs *online review* yang berkaitan dengan produk telepon genggam. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan, setidaknya pengalaman terdahulu yang dimiliki oleh partisipan dapat mempermudah partisipan dalam memproses informasi yang ada pada situs *online review*. Serta untuk memberikan jaminan bahwa partisipan dapat dengan mudah memahami maksud yang ada pada situs *online review* karena mereka sudah terbiasa dan *familiar* dengan tampilan pada situs *online review* dibandingkan dengan orang yang tidak pernah atau tidak memiliki pengalaman sama sekali dalam membaca *online review*.

Hair dkk., (2010) menjelaskan bahwa untuk mendapatkan pengukuran yang dikatakan baik, maka jumlah partisipan berkisar antara 100 hingga 200 orang. Terdapat dua tipe valensi informasi pada penelitian ini yaitu positif dan negatif, terdapat dua kondisi pula dalam variabel identitas sumber yaitu dinyatakan (ada) dan tidak dinyatakan (tidak ada), serta dua kondisi dalam kualitas argumen yaitu kuat dan lemah. Jumlah sampel yang akan digunakan

adalah 240 partisipan, dimana mereka terbagi dalam delapan kelompok perlakuan yang ditentukan sesuai dengan desain faktorial (lihat Tabel 3.2).

Tabel 3.2
Kelompok Perlakuan Desain Faktorial

		Identitas Sumber			
		<i>Dinyatakan (ada)</i>		<i>Tidak dinyatakan (tidak ada)</i>	
Kualitas Argumen		<i>Kuat</i>	<i>Lemah</i>	<i>Kuat</i>	<i>Lemah</i>
Valensi Informasi	<i>Positif</i>	30 orang	30 orang	30 orang	30 orang
	<i>Negatif</i>	30 orang	30 orang	30 orang	30 orang

Partisipan penelitian yang berjumlah 240 orang tersebut nantinya akan terdiri dari laki – laki dan perempuan. Pengelompokan partisipan kedalam kelompok perlakuan menggunakan teknik *random assignment*, di mana tidak terdapat pengaturan terlebih dahulu seorang partisipan atau sekelompok partisipan tertentu mendapatkan kuisioner yang berisi stimuli jenis apa. Dengan dibaginya total 240 orang partisipan kedalam kelompok - kelompok, maka setiap kelompok perlakuan eksperimen berjumlah 30 partisipan.

3.7. Prosedur Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Didapatkan melalui cara mengumpulkan data – data dari buku, jurnal, serta literatur - literatur lainnya yang berhubungan dengan penelitian baik secara langsung maupun tidak, untuk dijadikan pertimbangan dalam penulisan landasan teori.

2. Cek Manipulasi (*Manipulation Check*)

Dalam penelitian yang berdesain eksperimental ini, cek manipulasi digunakan untuk mengetahui apakah manipulasi dalam variabel sudah cukup dipahami oleh para partisipan penelitian. Cek manipulasi dalam penelitian ini digunakan untuk menguji :

1. Valensi informasi yang dipaparkan dalam kuisisioner beserta pesan positif maupun negatif yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh partisipan.
2. Identitas sumber yang dinyatakan (ada) dan tidak dinyatakan (tidak ada) disadari dengan baik oleh partisipan.
3. Kualitas argumen yang variatif (kuat – lemahnya argumen) mampu dipahami dengan baik oleh partisipan.

Untuk menguji pemahaman partisipan terhadap stimuli valensi informasi, maka partisipan akan diberi pertanyaan pertama berupa, “Pernyataan pesan apa yang ditampilkan pada online review tersebut?”, serta pernyataan berupa, “Menurut saya, online review tersebut hanya menampilkan komentar yang mengarah pada salah satu pernyataan pesan saja”. Untuk menguji pemahaman partisipan terhadap stimuli identitas sumber diberikan pernyataan, “Menurut saya, online review tersebut menampilkan identitas sumber pemberi informasi”. Untuk menguji pemahaman partisipan terhadap stimuli kualitas argumen, diberikan pernyataan, “Menurut saya kualitas argumen yang ditampilkan pada online review tersebut kuat”. Ketiga pernyataan tersebut diukur dengan lima tingkatan persetujuan (sangat tidak setuju – sangat setuju) sebagai pilihan bagi partisipan

dalam menentukan jawaban. Pengumpulan data pada *manipulation check* akan berlangsung pada kondisi nyata, atau dengan kata lain akan dilakukan dengan *field study* dengan memperhatikan kriteria partisipan penelitian yang sudah ditetapkan oleh peneliti yaitu mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.

3. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan untuk menentukan kelayakan manipulasi penelitian. Hal ini juga dibutuhkan untuk memastikan kelayakan instrumen penelitian yang digunakan. Studi pendahuluan nantinya akan dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 40 partisipan yang memenuhi kriteria untuk menjadi sampel penelitian. Desain dan cara pengumpulan data pada studi pendahuluan akan sama dengan studi utama (eksperimen laboratorium) dan akan lebih dirincikan pada pembahasan selanjutnya.

4. Studi Eksperimen

Studi eksperimen laboratorium merupakan studi utama yang akan dilakukan oleh peneliti. Studi eksperimen ini akan dilakukan dengan menyebarkan 240 kuisioner kepada 240 reponden yang terbagi kedalam kelompok – kelompok perlakuan eksperimen. Partisipan pada mulanya akan diminta untuk mengisi kuisioner berkaitan dengan identitas pribadi mereka. Setelah itu akan disajikan skenario fiktif dan partisipan dipersilahkan untuk membaca skenario tersebut. Skenario yang disajikan akan bercerita tentang kondisi partisipan yang

berencana untuk mengganti telepon genggam lama mereka dengan yang baru. Setelah mendapatkan informasi berisi tampilan cetak (*screenshot*) dari situs pemberi *review* partisipan diminta untuk mengamati secara detail mengenai tampilan cetak (*screenshot*) beserta penjelasan dari situs pemberi *review* sebagai sumber informasi mereka. Setelah itu barulah partisipan dipersilahkan untuk mengisi kuisioner tentang kepercayaan dan niat melakukan pembelian.

3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1. Validitas Alat Ukur

Azwar (2003), mengartikan validitas sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurannya. Sedangkan menurut Ferdinand (2005), validitas adalah tingkat akurasi yang dicapai oleh sebuah indikator dalam menilai sesuatu atau dapat dikatakan dengan cara lain sebagai akuratnya pengukuran atas apa yang sebenarnya diukur. Alat ukur dengan validitas tinggi berarti mempunyai varian kesalahan yang kecil sehingga data dapat diyakini sebagai data yang terpercaya (Azwar, 2003).

Cooper dan Schindler (2001) menyatakan bahwa terdapat dua bentuk validitas yaitu internal dan eksternal. Validitas internal didefinisikan sebagai kemampuan atribut penelitian untuk mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Sedangkan variabel eksternal merupakan kemampuan data untuk digeneralisasikan pada tempat, keadaan, dan orang – orang yang menjadi subjek penelitiannya. Dalam penelitian ini validitas internal digunakan sebagai alat untuk

mengukur ada tidaknya korelasi indikator dalam variabel. Validitas internal diukur dengan menggunakan SPSS dan akan dinyatakan valid jika r hitung memiliki korelasi standar $\geq 0,3$ (Solimun, 2002).

3.8.2. Reliabilitas Alat Ukur

Hair dkk., (2010) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan sebuah penilaian terhadap derajat konsistensi antara beberapa pengukuran variabel. Hal ini diperkuat juga dengan pernyataan Sekaran (2003) yang mengatakan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi dan stabilitas dari instrumen penelitian. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's alpha* (α) dengan nilai 0,7. Hair dkk., (2010) menyatakan bahwa nilai minimum yang dapat diterima dalam teknik ini adalah jika *cronbach alpha* (α) bernilai 0,7. Apabila nilai minimum tersebut terpenuhi, maka instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel.

3.9. Teknik Analisis

3.9.1. Uji ANOVA

Dalam penelitian ini, untuk menjawab rumusan masalah pengaruh valensi informasi, identitas sumber, dan kualitas argumen terhadap kepercayaan dan niat beli digunakan teknik analisis ANOVA. ANOVA merupakan salah satu teknik analisis multivariat yang berfungsi untuk membedakan rata – rata lebih dari dua kelompok data dengan membandingkan variansinya. Ghazali (2006) menjelaskan bahwa jika jumlah variabel independen lebih dari satu, maka penelitian disebut

dengan desain faktorial. Penelitian yang nantinya akan menggunakan desain *two-factor between-subject* ini menggunakan analisis *two ways ANOVA*.

3.9.2. Uji Regresi Linier Sederhana

Untuk menjawab rumusan masalah pengaruh kepercayaan terhadap niat pembelian digunakan teknik analisis regresi. Analisis regresi merupakan suatu metode untuk menentukan hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel-variabel lainnya. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi sederhana (*single regression*). Ghozali (2006) menjelaskan bahwa analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk mempelajari hubungan linier antara dua variabel. Dua variabel ini dibedakan menjadi variabel bebas (X) dan variabel tak bebas (Y). Hasil dari analisis regresi berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen, dan diperoleh dari memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan seperti yang tertulis dibawah ini.

$$Y = aX + B$$

Keterangan :

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan).

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

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.