

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Penelitian yang baik dan dapat dipertanggungjawabkan diharuskan untuk memiliki kejelasan terkait tempat penelitian, subjek yang diteliti, objek yang diteliti, cara penelitian dilaksanakan, serta berbagai hal lainnya. Dalam bab ini dijelaskan mengenai objek dan metode yang akan digunakan pada penelitian ini sehingga dapat didapatkan hasil yang relevan.

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang dikaji adalah mengenai variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*), di mana yang menjadi variabel bebas adalah *word of mouth* (X), sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah minat beli (Y). Variabel-variabel yang dijadikan bahan penelitian adalah *word of mouth* merek jasa penjahitan jeans Attic Jeans terhadap minat beli pelanggannya. Untuk menguji dan membuktikan hal tersebut dibutuhkan subjek penelitian.

Subjek yang menjadi pihak yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia angkatan tahun 2011 hingga tahun 2014. Alasan pemilihan subjek tersebut sebagai subjek dalam penelitian ini adalah karena mahasiswa dianggap lebih memperhatikan urusan fesyen sebagai proyeksi identitas diri mereka, terlebih dalam urusan jeans yang merupakan pakaian kesehariannya. Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia dipilih karena lokasi kampusnya yang berdekatan dengan toko Attic Jeans. Sedangkan mahasiswa angkatan tahun 2011 hingga tahun 2014 dipilih sebagai batasan bagi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia yang masih aktif dalam perkuliahan selama penelitian ini berlangsung.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Supaya didapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan, penggunaan metode penelitian yang tepat perlu diperhatikan. Dengan metode penelitian, penulis akan menjelaskan kondisi suatu variabel penelitian serta

menjelaskan keterkaitan antar variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua metode penelitian berbeda, yaitu deskriptif dan verifikatif.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berfungsi untuk mendeskriptifkan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2014, hlm. 35). Penelitian deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran dari *word of mouth* dan minat beli yang terdapat pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia angkatan tahun 2011 hingga tahun 2014.

Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran data yang telah dikumpulkan dari lapangan (Sugiyono, 2014, hlm. 37). Metode verifikatif dalam penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data dari lapangan yang tujuannya adalah untuk mengkaji bagaimana pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli celana jeans Attic Jeans di Universitas Pendidikan Indonesia.

Berdasarkan kedua jenis penelitian tersebut, yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilakukan dengan pengumpulan data dari lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* merupakan suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal (sebab akibat) antara dua variabel yang melalui pengujian hipotesis. Cara pelaksanaan survei yaitu dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

Menurut Sugiyono (2011, hlm. 66) metode survei digunakan untuk mendapat data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana untuk melakukan studi yang akan digunakan sebagai pedoman dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Desain penelitian menjamin bahwa penelitian akan lebih relevan terhadap masalah yang diteliti.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, di mana masalah yang menjadi pokok memiliki

ketergantungan antara satu dan lainnya. Maka desain yang cocok dengan penelitian ini adalah yang bersifat kausal.

Tujuan utama desain penelitian kausal adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi, dan mana variabel yang terpengaruhi. Menurut Arikunto (2010, hlm. 51), desain kausalitas bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan, dan berarti atau tidaknya hubungan antar variabel. Oleh karena itu desain kausalitas pada penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Sugiyono (2014, hlm. 38) menjelaskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *word of mouth*, yang terdiri *volume* dan *valence*, juga untuk memperoleh deskripsi minat beli sebagai variabel terikat. Berikut disajikan operasionalisasi variabel dalam penelitian ini pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Word of Mouth (X)	<i>Word of mouth</i> merupakan komunikasi informal di antara pelanggan mengenai produk maupun jasa. (Liu, 2006, hlm. 74)	• Volume	• Tingkat mendengar pembicaraan mengenai Attic Jeans dari orang lain	Ordinal	1
			• Tingkat membicarakan mengenai Attic Jeans kepada orang lain		2
		• Valence	• Tingkat mendengar hal-hal positif mengenai Attic Jeans	Ordinal	3
			• Tingkat menyampaikan hal-hal positif mengenai		4

			Attic Jeans		
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat mendengar hal-hal negatif mengenai Attic Jeans 		5
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat menyampaikan hal-hal negatif mengenai Attic Jeans 		6
Minat Beli (Y)	Kecenderungan untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan pelanggan melakukan pembelian (Hasan, 2013, hlm. 173)	• Perencanaan	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keinginan untuk mengetahui merek Attic Jeans 	Ordinal	7
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keinginan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan jasa penjahitan jeans Attic Jeans 		8
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketertarikan untuk mencari informasi mengenai Attic Jeans dari orang lain 		9
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketertarikan untuk mencari informasi mengenai Attic Jeans melalui internet 		10
		• Pemrakarsa	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keinginan membicarakan mengenai Attic Jeans dengan orang lain 	Ordinal	12
		• Rekomendasi	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keinginan merekomendasikan jasa penjahitan jeans Attic Jeans kepada orang lain 	Ordinal	13
		• Pemilihan	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pertimbangan untuk memilih jasa 	Ordinal	14

			penjahitan jeans Attic Jeans dibanding tempat penjahitan jeans lain		
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pertimbangan untuk memilih jasa penjahitan jeans Attic Jeans dibanding membeli produk pakaian jadi 		15
		<ul style="list-style-type: none"> • Pengambilan Keputusan Pembelian 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keinginan untuk menggunakan jasa penjahitan jeans Attic Jeans 	Ordinal	16

3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan sebuah penelitian, data merupakan hal yang sangat penting. Kesimpulan yang merupakan hasil interpretasi ditarik dari kumpulan data yang diperoleh. Oleh karena itu, kejelasan data yang diperoleh menjadi penting agar suatu penelitian dapat dikatakan penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan. Sub bab ini akan membahas hal-hal tersebut di atas, antara lain jenis data, sumber darimana data diperoleh, dan teknik yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut.

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan terlebih dahulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi (Istijanto, 2009, hlm. 36). Pada dasarnya jenis data dapat dibagi kedalam dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data asli, dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk menjawab permasalahan yang diteliti. Data jenis ini belum tersedia, oleh karena itu peneliti perlu terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan data yang dimaksud dari sumbernya.

Data primer yang didapat dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dan observasi lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan yang mungkin saja berlainan. Dalam hal ini, peneliti hanya sekedar mencatat, mengakses, dan/atau meminta data yang dimaksud kepada pihak lain yang telah mengumpulkan data tersebut sebelumnya.

Data sekunder yang didapat dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pencarian di internet, majalah, buku literatur, jurnal dan penelitian lainnya.

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data PDB Ekonomi Kreatif di Indonesia Tahun 2013	Sekunder	http://program.indonesiakreatif.net/research/kontribusi-ekonomi-kreatif-terhadap-pdb-indonesia/
2.	Data Persentase Kontribusi NTB Sub-Sektor Fesyen Terhadap Sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2010-2013	Sekunder	bps.go.id
3.	Data Sentra Industri Jeans Cihampelas Bandung	Sekunder	http://sentraindustribandung.com/sentra/industri-jeans-cihampelas/
4.	Data Alasan Belanja Secara Fisik Langsung di Toko	Sekunder	Majalah Marketing edisi 05/XV/Mei 2015
5.	Data Penjualan Aria Jeans, Bet Jeans, dan Attic Jeans	Primer	Wawancara kepada pihak-pihak terkait
6.	Tingkat <i>Brand Awareness</i> Attic Jeans Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia	Primer	Pra-penelitian
7.	Tingkat Faktor Yang Paling Memengaruhi Minat Dalam Menggunakan Jasa Penjahitan	Primer	Pra-penelitian

8.	Populasi Universitas Indonesia 2011 Hingga 2014	Mahasiswa Pendidikan Angkatan Tahun	Primer	Divisi Layanan Akademik Universitas Pendidikan Indonesia
----	--	---	--------	--

Sumber: Dari berbagai sumber, data diolah, 2015

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data, terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan oleh peneliti. Data yang ingin diperoleh biasanya memiliki teknik pengumpulannya masing-masing. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain:

1. Studi kepustakaan, yaitu cara pengumpulan data dengan cara mempelajari setiap hal yang berhubungan dengan penelitian ini melalui dari buku, majalah, penelitian orang lain, maupun internet yang dapat membantu memberi informasi dalam pemahaman, konsep maupun teori yang berkaitan dengan *word of mouth* dan minat beli.
2. Observasi langsung, pengumpulan data dengan observasi atau pengamatan langsung merupakan cara pengambilan data dengan menggunakan data tanpa ada standar pertolongan alat lain untuk keperluan tersebut.
3. Wawancara, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara bertatap muka langsung dengan responden dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berkenaan dengan data yang ingin diperoleh. Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada pihak Attic Jeans, Aria Jeans, dan Bet Jeans, juga beberapa mahasiswa pengguna *custom jeans* mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian ini.
4. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan serta pernyataan tertulis kepada setiap responden yang merupakan mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia angkatan tahun 2011 hingga 2014 mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu tentang *word of mouth* dan minat beli jeans Attic Jeans.

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

Dalam sebuah penelitian, data diperoleh dari sekumpulan anggota subjek yang akan diteliti, di mana subjek tersebut memiliki permasalahan yang sedang diteliti. Oleh karena itu, diperlukan populasi penelitian. Untuk memudahkan perolehan data, dibuat anggota subjek yang lebih kecil dengan kondisi dan situasi umum sebagai perwakilan dari keseluruhan populasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, dalam sub-bab berikut akan dijelaskan mengenai populasi, sampel, serta teknik untuk menarik sampel tersebut.

3.5.1 Populasi

Nazir (2011, hlm. 273) mendefinisikan populasi sebagai kumpulan dari ukuran-ukuran tentang sesuatu yang ingin kita buat inferensi. Populasi berkenaan dengan data, bukan dengan orangnya ataupun dengan bendanya.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia angkatan tahun 2011 hingga tahun 2014, yaitu sebanyak 18420 orang. Alasan penulis memilih populasi tersebut adalah karena mahasiswa dianggap lebih memperhatikan urusan fesyen sebagai proyeksi identitas diri mereka, terlebih dalam urusan jeans yang merupakan pakaian kesehariannya. Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia dipilih karena lokasi kampusnya yang berdekatan dengan toko Attic Jeans.

3.5.2 Sampel

Sampel dapat diartikan sebagai suatu bagian yang ditarik dari populasi dan sampel selalu menjadi bagian yang lebih kecil dari populasi (Istijanto, 2009, hlm. 113). Untuk penarikan jumlah sampel penelitian menghitung dengan rumus *slovin* yang diambil dari buku metodologi penelitian pendekatan praktis dalam penelitian:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

e^2 : Presisi yang ditetapkan 0,01

N : Jumlah populasi

Dari rumus tersebut, maka jumlah sampel yang akan diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah berdasarkan jumlah populasi yang menjadi responden penelitian. Populasi yang dituju adalah mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia angkatan tahun 2011 hingga 2014, dengan jumlah populasi sebesar orang. Dari jumlah tersebut maka jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{18420}{1 + 18420 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{18420}{185,2}$$

$$n = 99,4 \sim 100 \text{ orang}$$

Dari perhitungan diatas maka jumlah sampel yang menjadi responden adalah 100 orang.

3.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 66), *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014, hlm. 68). Dalam hal ini yang menjadi sampel adalah mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia angkatan tahun 2011 hingga tahun 2014 yang mengetahui tentang Attic Jeans.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang tepat sangat diperlukan dalam suatu penelitian agar didapatkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam pengumpulan data sebuah penelitian, instrumen bertindak sebagai alat evaluasi.

3.6.1 Uji Validitas

Sugiyono (2014, hlm. 121) mengemukakan bahwa hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah instrumen yang digunakan mengukur apa yang seharusnya diukur dalam sebuah penelitian.

Pengujian tersebut dilakukan dengan cara mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pernyataan untuk hasil jawaban responden yang memiliki skala pengukuran ordinal minimal serta pilihan jawaban lebih dari dua pilihan, perhitungan korelasi antara pertanyaan kesatu dengan skor total digunakan alat uji kolerasi *Pearson (product moment coefisen of correlation)* dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (\text{Sugiyono, 2014, hlm. 176})$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi *Product Moment*

N = Jumlah populasi

$\sum X$ = Jumlah skor butir (X)

$\sum Y$ = Jumlah skor variabel (Y)

$\sum X^2$ = Jumlah skor butir kuadrat (X)

$\sum Y^2$ = Jumlah skor variabel kuadrat (Y)

$\sum XY$ = Jumlah perkalian butir (X) dan skor variabel (Y)

Harga r_{xy} menunjukkan indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan. Setiap nilai korelasi mengandung tiga makna yaitu, (1) tidak adanya korelasi, (2) arah korelasi, dan (3) besarnya korelasi. Keputusan uji validitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $r_{xy} > r$ tabel, maka item pertanyaan dinyatakan valid

Jika $r_{xy} < r$ tabel, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan *software SPSS 21.0*. Dengan menggunakan rumus dan langkah yang sama, maka dapat dilakukan pengujian validitas untuk seluruh item yaitu sebanyak 16 item. Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30

responden. Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$).

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas
Variabel X (Word of Mouth)

No. Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	0,510	0,374	Valid
2.	0,805	0,374	Valid
3.	0,811	0,374	Valid
4.	0,810	0,374	Valid
5.	0,722	0,374	Valid
6.	0,495	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2015 dengan IBM SPSS Statistics 21.0

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap item pertanyaan variabel X (*word of mouth*) di dalam kuesioner yang berjumlah 6 buah dinyatakan valid, karena setiap pertanyaan memiliki r hitung $>$ r tabel. Oleh karena itu, setiap item pernyataan yang ada pada tabel di atas dapat digunakan sebagai alat ukur variabel yang akan diteliti.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas
Variabel Y (Minat Beli)

No. Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	0,846	0,374	Valid
2.	0,836	0,374	Valid
3.	0,789	0,374	Valid
4.	0,860	0,374	Valid
5.	0,748	0,374	Valid
6.	0,817	0,374	Valid
7.	0,809	0,374	Valid
8.	0,772	0,374	Valid
9.	0,740	0,374	Valid
10.	0,765	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2015 dengan IBM SPSS Statistics 21.0

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap item pernyataan variabel Y (minat beli) di dalam kuesioner yang berjumlah 10 buah dinyatakan valid, karena setiap pertanyaan memiliki r hitung $>$ r tabel. Oleh karena itu, setiap item pertanyaan yang ada pada tabel di atas dapat digunakan sebagai alat ukur variabel yang akan diteliti.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Dalam sebuah penelitian yang baik dan dapat dipertanggungjawabkan, selain harus valid, suatu instrumen penelitian juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.

Sugiyono (2014, hlm. 268) menuturkan bahwa suatu data dikatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menunjukkan data yang tidak berbeda. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai apabila koefisien *Alpha Cronbach* atau r hitung lebih besar atau sama dengan 0,60 (Sugiyono, 2014, hlm. 184).

Menurut Suharsimi Arikunto (2010, hlm. 239), uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Instrumen yang sudah dipercaya dan *reliable* akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Uji reliabilitas dapat digunakan dengan rumus Alpha yang merupakan statistik paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian, alternatif jawaban dari setiap pernyataan yang diajukan oleh peneliti berbentuk skala seperti 1-3, 1-5, 1-7 dan seterusnya atau jawaban yang menginterpretasikan penilaian sikap. Adapun rumus tersebut sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right) \text{ (Arikunto, 2010, hlm. 239)}$$

Di mana :

r	=	reliabilitas instrumen
k	=	banyaknya butir penyertaan atau banyaknya soal
$\sum \sigma_t^2$	=	jumlah varians butir
σ_t^2	=	variens total

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Memberikan nomor pada angket yang masuk
 - b. Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 Skala *Likert*
 - c. Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan
 - d. Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden
 - e. Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya
2. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item $\sum \sigma_b^2$, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total (σ^{2t}) dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^{2t} = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \quad \text{Arikunto (2010, hlm. 240)}$$

Di mana:

$$\begin{aligned} \sigma^{2t} &= \text{Harga varians total} \\ \sum X^2 &= \text{Jumlah kuadrat skor total} \\ (\sum X)^2 &= \text{Jumlah kuadrat dari jumlah skor total} \\ N &= \text{Jumlah responden} \end{aligned}$$

3. Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:
 - Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti item pernyataan dikatakan reliabel
 - Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti item pernyataan dikatakan tidak reliabel

Pengujian instrumen secara teknis dengan rumus-rumus yang ada di atas menggunakan fasilitas *software SPSS 21.0* memperoleh hasil yang tercantum pada tabel berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas
Variabel X (*Word of Mouth*) dan Variabel Y (Minat Beli)

No. Item	Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	<i>Word of Mouth</i>	0,778	0,60	Reliabel
2	Minat Beli	0,936	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2015 dengan IBM SPSS Statistics 21.0

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas variabel X dan Y adalah reliabel, di mana r hitung masing-masing variabel lebih besar jika dibandingkan dengan r tabel. Berdasarkan hasil pengujian instrumen di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa instrumen dinyatakan reliabel.

Hasil uji validitas dan uji reliabilitas dari variabel-variabel penelitian telah menunjukkan bahwa instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel. Oleh karena itu, hasil uji tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini dapat dilanjutkan dan tidak ada kendala akan terjadinya kegagalan penelitian karena instrumen penelitian yang belum teruji tingkat validitas dan reliabilitasnya.

3.7 Rancangan Analisis Data

3.7.1 Rancangan Analisis

Alat utama yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disebarikan kepada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia angkatan tahun 2011 hingga tahun 2014 yang mengetahui mengenai merek jasa penjahitan Attic Jeans. Sebelum dijadikan alat untuk mengumpulkan data, kuesioner dalam penelitian ini telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah kuesioner dibagikan kepada responden dan dikumpulkan kembali, maka selanjutnya dianalisis dengan cara sebagai berikut:

1. Pengeditan (*Editing*)

Pengeditan merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperlukan terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan memproses data dengan teknik statistik, data penelitian yang dikumpulkan

perlu diedit dari kemungkinan kekeliruan dalam pengisian kuesioner yang tidak lengkap atau tidak konsisten.

2. Pemberian Kode (*Coding*)

Dalam hal ini pembobotan dalam setiap item instrumen berdasarkan pada nilai positif dari yang tertinggi hingga yang terendah, untuk setiap jawaban positif diberi nilai beruntut dari 5 – 1. Pengukuran dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *Likert* yaitu kuesioner yang disebar dan dibuat dengan sistem tertutup, artinya tanggapan untuk setiap pertanyaan telah disediakan dan responden tinggal memberikan jawaban *checklist* pada kolom tanggapan sesuai dengan pendapat responden. Bentuk dari penilaian yang akan diberikan oleh responden adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6
Kriteria Bobot Nilai Alternatif

Alternatif Jawaban	Bobot Pertanyaan Positif
Sangat setuju dengan pernyataan	5
Setuju dengan pernyataan	4
Netral dengan pernyataan	3
Tidak setuju dengan pernyataan	2
Sangat tidak setuju dengan pernyataan	1

3. *Tabulating*

Tabulating hasil skoring akan dituangkan dalam bentuk tabel rekapitulasi secara lengkap untuk seluruh item dalam masing-masing variabel. Bentuk dari tabel rekapitulasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.7
Rekapitulasi Perubahan Data

Responden	Skor Item						Total
1							
...							
N							

3.7.2 Teknik Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab dan mendeskripsikan variabel-variabel penelitian antara lain :

1. Analisis deskriptif mengenai *word of mouth* yang terdiri dari dua indikator yaitu *volume* dan *valence* kepada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia angkatan tahun 2011 hingga tahun 2014.
2. Analisis deskriptif mengenai minat beli kepada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia angkatan tahun 2011 hingga tahun 2014.

Dengan tujuan agar mendapatkan data yang akurat, dalam penelitian ini digunakan analisis data deskriptif. Alat penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Rancangan analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan jumlah skor kriterium (SK) dengan menggunakan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan :

ST = Skor tertinggi

JB = Jumlah bulir

JR = Jumlah responden

- b. Membuat daerah kategori kontinum

Membagi daerah ketegori kontinum menjadi lima tingkatan, contohnya sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$$\text{Tinggi} = ST \times JB \times JR$$

$$\text{Rendah} = SR \times JB \times JR$$

Keterangan:

ST : Skor Tertinggi

SR : Skor Terendah

JB : Jumlah Bulir

JR : Jumlah Responden

- Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan rumus:

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{5}$$

- Selanjutnya menentukan daerah kontinum tinggi, sedang, dan rendah dengan cara menambahkan selisih (R) dari mulai kontinum tinggi sampai rendah.
- c. Menentukan garis kontinum dan menentukan daerah letak skor untuk variabel *word of mouth* (X) dan minat beli (Y).



Gambar 3.1 Garis Kontinum Variabel X dan Y

3.7.3 Teknik Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif, digunakan untuk menguji hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh *word of mouth* (X) terhadap minat beli (Y). Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis korelasi.

Mengingat data variabel yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya menggunakan skala ordinal, sementara pengolahan data dengan penerapan statistik parametrik memiliki syarat bahwa data sekurang-kurangnya harus diukur dalam skala interval, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Berikut adalah langkah-langkah dalam analisis verifikatif:

1. Perhatikan setiap bulir
2. Untuk setiap bulir tersebut tentukan berapa orang yang menjawab skor 1,2,3,4,5.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proposisi, dengan menggunakan rumus : $p_i = f/N$
4. Tentukan proposi kumulatif.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal, hitung nilai z untuk setiap proposi kumulatif yang diperoleh.
6. Tentukan nilai identitas untuk setiap nilai z diperoleh.

7. Tentukan *Skala Value* (SV) dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit} - \text{Area Below Lower Limit})}$$

Keterangan :

Skala Value : Nilai skala

Density at Lower Limit : Densitas batas atas

Density at Upper Limit : Densitas batas bawah

Area Below Upper Limit : Daerah di bawah batas atas

Area Below Lower Limit : Daerah di bawah batas bawah

8. Tentukan nilai transformasi dengan menggunakan rumus :

$$Y = NS + k \qquad K = [1 + |NS_{\min}|]$$

Langkah-langkah di atas apabila dijabarkan dalam bentuk tabel akan terlihat sebagai berikut :

Tabel 3.8
Pengubahan Data Ordinal ke Interval

Kriteria	1	2	3	4	5
Frekuensi					
Proporsi					
Proporsi Kumulatif					
Nilai					
Skala Value					

Catatan : Skala terkecil dibuat sebesar 1, maka SV terkecil adalah +

Secara teknis untuk merubah data ordinal menjadi skala interval akan dibantu dengan aplikasi *Microsoft Office Excel* dengan menggunakan fasilitas *Method of Successive Interval*.

3.7.3.1 Pengujian Persyaratan Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis data dengan menggunakan uji persyaratan regresi. Adapun syarat dari uji normalitas data menurut Arikunto (2010, hlm. 278) dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan di atas nilai signifikansi yang ditetapkan.

3.7.3.2 Analisis Korelasi

Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menghitung kumpulan data tersebut dengan menggunakan analisis koefisien korelasi yang bertujuan untuk mencari hubungan antara variabel yang diteliti. Penggunaan korelasi *product moment* digunakan untuk menguji hubungan antara variabel X dan Y.

Teknik korelasi *product moment* digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau rasio. Rumus koefisien korelasi *Product Moment* :

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

Sugiyono (2014, hlm. 193)

Terdapat dua jenis hubungan variabel yaitu hubungan positif dan negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti kenaikan (penurunan) Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Nilai r harus paling sedikit -1 dan paling besar 1, artinya:

- Jika nilai $r = +1$ atau mendekati +1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan positif.
- Jika nilai $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan negatif.
- Jika nilai $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antara kedua variabel yang diteliti tidak ada sama sekali atau sangat lemah.

Tabel 3.9
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, (2014, hlm. 184)

3.7.3.3 Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y), yaitu minat beli, dapat diprediksikan melalui variabel independen (X), yaitu *word of mouth* atau prediktor secara individual. Teknik analisis ini juga dapat digunakan untuk melihat apakah naik dan turunnya variabel independen akan mempengaruhi naik atau turunnya variabel dependen, atau apakah untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen ataupun sebaliknya. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 270) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Di mana:

- Y = subjek 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 $(-)$ maka terjadi penurunan.
 X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Sedangkan harga b dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{n \sum XY - \sum Y \sum X}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Setelah harga a dan b ditemukan, maka persamaan regresi linier sederhana dapat disusun. Persamaan regresi yang telah ditemukan dapat digunakan untuk melakukan prediksi (ramalan).

X dikatakan mempengaruhi Y jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan di Y. Artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun dan dengan demikian nilai Y akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi

tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya. Untuk menghitung besarnya pengaruh variabel X terhadap naik turunnya nilai Y dapat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi.

Koefisien determinasi adalah alat statistik untuk mengetahui besarnya presentase pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$, maka dari itu digunakan koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

Sebelum nilai r^2 digunakan untuk membuat kesimpulan terlebih dahulu harus diuji apakah nilai-nilai r^2 ini terletak dalam daerah penerimaan atau penolakan H_0 . Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%. Jika nilai koefisien penentu makin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.8 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah cara untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dan dapat dipercaya antara *word of mouth* sebagai variabel independen dan minat beli sebagai variabel dependen yang pada akhirnya akan diambil kesimpulan penerimaan atau penolakan dari pada hipotesis yang telah dirumuskan.

Untuk menguji signifikansi korelasi antara variabel X dan variabel Y, dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari distribusi student adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sugiyono (2014, hlm. 184)

Keterangan :

- t = distribusi student
r = koefisien korelasi dari uji
n = banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- Jika $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya koefisien regresi signifikan. Maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *word of mouth* dengan minat beli Attic Jeans.
- Jika $t_{hitung} \leq \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya koefisien regresi tidak signifikan. Maka tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *word of mouth* dengan minat beli Attic Jeans.