BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun laporan. Menurut Husein Umar (2005:303), Objek Penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian,juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian mengenai Pengaruh *Country of Origin* dan *Word of Mouth* untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap Minat Beli Iphone.

3.2 Metode Penelitian

Sugiyono (2010:2) mengemukakan bahwa Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu dengan ciri-ciri keilmuan,yaitu rasional, empiris dan sistematis. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan keadaan berdasarkan data dan

fakta yang dikumpulkan kemudian disusun secara sistematis yang selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Sedangkan metode verifikatif adalah metode yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan statistik.

Menurut Sugiono (2005:21): "Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas". Metode verifikatif juga digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis, sehingga metode verifikatif ini digunakan untuk menjawab penelitian point ketiga, yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh diantara variabel yang sedang diteliti.

Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya pengaruh variabel *independent* mempengaruhi terhadap variabel *dependent*, serta besarnya arah hubungan yang terjadi. Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu penelitian deskriptif verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Survey*. *Explanatory Survey* adalah suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis, survey dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Moh. Nazir dalam Umi Nariwati, Sri Dewi Anggadini dan Linna Ismawati (2010:30) adalah : "Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian." Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepada desain penelitian yang dibuat.

Langkah-langkah desain penelitian menurut Umi Narimawati (2011:30) adalah :

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengindentifikasi masalah yang terjadi.
3. Menetapkan rumusan masalah.
4. Menetapkan tujuan penelitian.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan.

7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data.
8. Melakukan analisis data. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif (metode deskriptif) dan analisis kuantitatif (metode verifikatif).
9. Menyusun pelaporan hasil penelitian melalui data informasi yang diperoleh dari perusahaan kemudian data menyimpulkan penelitian, sehingga akan diperoleh penjelasan dan jawaban atas identifikasi masalah dalam penelitian.

Tabel 3. 1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Metode Yang Digunakan	Unit Analisis	Time Horizon
T-1	Descriptive	Descriptive dan Survey	Konsumen Initial E Store	Cross Sectional
T-2	Descriptive	Descriptive dan Survey	Konsumen Initial E Store	Cross Sectional
T-3	Descriptive	Descriptive dan Survey	Konsumen Initial E Store	Cross Sectional
T-4	Descriptive & Verifikatif	Descriptive dan Explanatory Survey	Konsumen Initial E Store	Cross Sectional

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel menurut Nur Indriantoro (2002:69) sebagai berikut: “ penentuan construct sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalisasikan construct, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran construct yang lebih baik”. Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian.

Tabel 3. 2
Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Country of Origin (Variabel X_1)	Definisi *Country of Origin* Laroche et al. (2005) adalah persepsi negara asal didefinisikan sebagai penilaian konsumen secara umum terhadap negara asal merek produk, berdasarkan informasi yang diterima dari berbagai sumber, yang terbentuk dari 3 dimensi meliputi keyakinan terhadap negara, keyakinan terhadap orang-orang di negara tersebut dan keinginan interaksi dengan negara tersebut	• *Country belief*	• Tingkat persepsi suatu negara yang baik akan produk yang inovatif • Tingkat persepsi suatu negara dengan pendidikan dan penguasaan teknologi tinggi • Tingkat persepsi suatu negara dengan desain produk yang baik • Tingkat persepsi suatu negara akan reputasi yang baik • Tingkat persepsi suatu negara merupakan negara yang maju	Ordinal
		• *People affect*	• Tingkat persepsi suatu negara akan tenaga kerja yang berkualitas tinggi dan kreatif	Ordinal
		• *Desired Interaction*	• Tingkat persepsi suatu negara yang layak untuk dikunjungi	Ordinal
Word of Mouth (Variabel X_2)	Sernovitz (2012:19) terdapat lima elemen dasar dalam merumuskan *word of mouth* sehingga informasi tersebut dapat menyebar kepada orang lain. lima elemen tersebut adalah: *talkers*,	• *Talkers*	• Tingkat intesitas subjek/orang disekitar ingin membicarakan produk yang pernah digunakan	Ordinal
		• *Topics*	• Tingkat intensitas pembicaraan mengenai produk dan menawarkan produk	Ordinal
		• *Tool*	• Tingkat intesitas subjek/orang menggunakan alat sebagai informasi tambahan suatu produk	Ordinal

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
	topics, tool, talking part, tracking.	• *Talking Part*	• Tingkat kecepatan dan ketanggapan perusahaan dalam menaggapi konsumen	Ordinal
		• *Tracking*	• Tingkat kepuasan konsumen akan timbal balik yang telah dilakukan perusahaan	Ordinal
Minat Beli (Variabel Y)	Schiffman dan kanuk (2001:66) mengatakan bahwa persepsi seseorang tentang produk akan berpengaruh terhadap minat membeli yang terdapat pada individu. Persepsi yang positif tentang atribut produk akan merangsang timbulnya minat konsumen untuk membeli yang diikuti oleh perilaku pembelian. Perilaku membeli timbul karena didahului oleh adanya minat membeli, minat untuk membeli muncul salah satunya disebabkan oleh persepsi yang didapat bahwa produk tersebut memiliki atribut yang baik dalam hal ini atribut produk yang menimbulkan suatu perilaku pembelian.	• Tertarik untuk mencari informasi tentang produk	• Tingkat keingintahuan lebih banyak informasi produk	Ordinal
		• Mempertimbangkan untuk membeli	• Tingkat pertimbangan berbagai pilihan merek produk	Ordinal
		• Tertarik untuk mencoba	• Tingkat kognitif terhadap produk	Ordinal
		• Ingin mengetahui produk	• Tingkat keingintahuan manfaat produk	Ordinal
		• Ingin memiliki produk	• Tingkat keinginan memiliki produk	Ordinal

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

Dalam penelitian ini terdapat sumber data dan teknik penetuan data, berikut ini adalah penjelasannya.

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder. Menurut Sugiyono(2009:137) data primer sebagai berikut: "sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data". Penelitian menggunakan data primer apabila peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan yang bersumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti.

Sumber data sekunder menurut Sugiyono (2009:137) adalah : "sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data". Menggunakan data sekunder apabila peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung pada objek penelitian, seperti melalui wawancara yang dilakukan dengan pemilik Initial E Store Bandung.
2. Data sekunder, yaitu data yang telah ada dan tidak perlu dikumpulkan sendiri oleh penliti yang sifatnya mendukung data

primer. Data sekunder dapat berupa bahan pustaka serta data yang didapat dari Initial E Store Bandung.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data (Penentuan Sampel Minimal)

Sebelum menentukan penentuan data yang akan dijadikan sampel, terlebih dahulu dikemukakan tentang populasi dan sampel.

1. Populasi

   Menurut Umi Nariwati (2008:161) populasi adalah "objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis penelitian.

   Berdasarkan definisi di atas, populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi penelitian ini adalah pengunjung Initial E Store Bandung dengan rata-rata per bulan 300 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian (Umi Nariwati, 2008). Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan *stratified random sampling* berdasarkan fakultas dan prodi dimana dosen mengajar. *Stratified random sampling* adalah metode penarikan sampel dnegan terlebih dahulu mengelompokkan populasi kedalam strata-strata berdasarkan kriteria tertentu kemudian memilih secara acak sederhana setiap stratum (Vincent Gaspersz,2006:63). Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendekatan *slovin*, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

Untuk mengetahui jumlah sampel digunakan rumus Slovin :

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

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi, sebanyak (10%)

Diketahui bahwa ukuran populasi adalah sebesar 300 dan batas kesalahan 10%. Maka, berdasarkan rumus di atas, diperoleh ukuran sampel sebesar 75 responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data (Observasi, kuesioner, wawancara, dokumentasi)

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (Field Research), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan data sekunder. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

1. Obeservasi (pengamatan langsung)

   Melukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Obeservasi dilakukan dengan mengamati kegiantan yang berhubungan dengan variabel penelitian. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

2. Wawancara atau *interview*

   Yaitu teknik pengumpulan data denga memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan penelitian. Dalam teknik wawancara ini, penulis dapat mengadakan Tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi.

3. Kuesioner

   Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau penyataaan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya

akan dihitung secara statistik kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditunjukkan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini.

3.2.4.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar 2007:89). Suatu skala atau instrument pengukur dapat dinyatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrument tersebut menjalankan fungsi ukurannya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus kolerasi produk moment yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

Keterangan:

r1 = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

Σx = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal

Σy = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal

Σx2 = jumlah kuadrat masing-masing skor X

Σy2 = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

n = banyak responden

Dalam mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2009:164) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3. 3
Interpretasi Nilai r

Besarnya Nilai	Interprestasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber: Suharmisi Arikunto (2009:164)

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikan 5%). Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

n = ukuran sampel

r = koefisien korelasi pearson

Keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5% atau sisi adalah:

1. Item instrument dikatakan valid jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ = 1,9744 maka instrument tersebut dapat digunakan.
2. Item instrument diakatakan tidak valid jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05(165)}$ = 1,9744 maka item tersebut tidak dapat digunakan.

3.2.4.2 Uji Realibitas

Menurut cooper (2006) yang dikutip oleh Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:43) mengemukakan: “realibity is a characteristic of measurement concerned with accuracy, precision, and consistency”. Berdasarkan definisi tersebut, maka realibitas

dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan.

Setelah menguji validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji realibitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks kolerasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrument. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji realibilitas adalah split half method (spearman-brown correlation) teknik belah dua. Metode ini menghitung realibilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subjek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut:

a) Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
b) Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II
c) Kolerasikan skor total kelompok I dan skor kelompok II.
d) Hitung angka realibilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagia berikut:

$$r1 = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Ketertangan:

r1 = reliabilitas internal seluruh item

r_b = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan ke dua

Keputusan pengujuan realibilitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan 5% satu sisi adalah:

1. Jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% maka instrument dinyatakan reliable dan dapat digunakan.
2. Jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak realibel dan tidak dapat digunakan.

Sekumpulan buti pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisen reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7.

Tabel 3. 4
Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	Realibility	Validity
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber: Barker et al, 2002:70

3.2.4.3 Uji MSI (Data ordinal ke Interval)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kunatitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "method of successive interval" (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. Transformasi data ordinal menjadi interval

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner

b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.

c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.

d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribusi normal.

e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method successive interval*

$$Means\ of\ interval\ = \frac{Density\ at\ Lower\ limit - Density\ at\ Upper\ Limit}{Area\ at\ Below\ Density\ Upper\ Limit - Area\ at\ Below\ Lower\ Limit}$$

Dimana:

Means of interval = rata – rata interval

Density at lower limit = kepadatan batas bawah

Density at upper limit = kepadatan batas atas

Area under upper limit = daerah dibawah batas atas

Area under lower limit = daerah dibawah batas bawah

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus:

Nilai transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif/Kualitatif

Analisis deskriptif/kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor actual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\%\, Skor = \frac{Skor\ Ideal}{Skor\ Aktual}\ x\ 100\%$$

Keterangan:

a) Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
b) Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Sealnjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% jumlah skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Tidak baik
2	36.01 – 52.00	Kurang baik
3	52.01 – 68.00	Cukup
4	68.01 – 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat baik

Sumber: Umi Nariwati (2007:84)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kualitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganailis data diperlukan data interval, maka untuk

memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui “method of successive interval” (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dapat digunakan salah satunya adalah sebagai contoh analisi regresi berganda(multiple regression).

2. Analisis Regresi dan Asumsi Klasik

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebasi atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama. Persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana:

Y = variabel dependen

X_1, X_2 = variabel independen

A = konstanta

β_1, β_2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah (X_1) dan (X_2), sedangkan variabel dependen (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = variabel dependen

α = konstanta dari persamaan regresi

β_1 = koefisien regresi dari variabel X_1

β_2 = koefisien regresi dari variabel X_2

X_1 = variabel independen

X_2 = variabel independen

ε = faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujuian asumsi klasik agar hasi yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat Best Linier Unbiased Estimator (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian tehadap hipotesis. Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (Multiple linear regression) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2001:181). Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtonic Significance*), yaitu:

a. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
b. Jika probabilitas < 0,05 maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolinieritas

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinearitas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibat model tersbut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Mandala, 2001:268-270 dalam Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 2001:198). Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2. Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesame variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisen regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar error nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan Variance Inflation Factors (VIF). Menurut Gujarati (2003:362), jika nilai VIF nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarti (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastitas digunakan uji Rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang disignifikan, maka kesimpulannya terdapat hertroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen). Selain itu, dengan menggunakan program SPSS, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar obeservasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain *error* dari observasi yang satu dipengaruhi oleh error dari observasi yang sebelumnya. Akibat darri adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahan menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin Watson (D-W). Kriteria uji bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin-Watson:

a. Jika D-W < d_L atau D-W > 4 – d_L , kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi.
b. Jika d_U < D-W <4 – d_U , kesimpulannya pada data tidak terdapat autokorelasi.
c. Tidak ada kesimpulan jika $d_L \leq$ D-W $\leq d_U$ atau 4 – $d_U \leq$ D-W $\leq$ 4- d_L. apabila hasil uji Durbin-Watson tidak dapat disimpulkan apakah terdapat autokorelasi atau tidak maka dilanjutkan dengan *runs test*.

3. Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

$$r = \frac{n\,(\,\Sigma\, XiYi) - (\Sigma\, Xi)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n(\Sigma\, Xi^2) - (\Sigma\, Xi)^2\} - \{n(\Sigma\, yi^2) - (\Sigma yi)^2\}}}$$

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel dibawah ini.

Tabel 3. 6
Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, 2003 : 157

4. Analisis Koefisien Determinasi

Presentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

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

Diamana:

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Country of Origin dan Word of Mouth terhadap Minat Beli. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

1. Pengujian Secara Parsial

   Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut:

   a. Rumus uji t yang digunakan adalah:

$$thitung\ (x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

$H_{1.}$ β = 0, tidak terdapat pengaruh country of origin terhadap minat beli.

$H_{1.}$ β ≠ 0, terdapat pengaruh country of origin terhadap minat beli.

$H_{2.}$ β = 0, tidak terdapat pengaruh word of mouth terhadap minat beli.

$H_{2.}$ β ≠ 0, terdapat pengaruh word of mouth terhadap minat beli.

c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila t_{hitung} < dari t_{tabel} (α = 0,05)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan (α = 0,01) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

b. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

2. Pengujian Secara Simultan

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah:

$$F_{hitung} = \frac{JK_{regresi}/k}{JK_{residu}/\{n-(k+1)\}}$$

Dimana:

JK_{residu} = koefisien korelasi ganda

K = jumlah variabel bebas

n = jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai Fhitung > Fkritis, maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat ditolak dan sebaliknya.

Menurut (Sugiyono, 2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson*.

b. Hipotesis

H0 ; _ = 0, tidak terdapat pengaruh country of origin dan word of mouth terhadap minat beli.

H1 ; ρ 0, terdapat pengaruh country of origin dan word of mouth terhadap minat beli.

c. Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila F hitung > dari F tabel (α = 0,05)

Apabila pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah yxi 0. Untuk mengetahui pyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.

