



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 3.1 Logo Samsung

Sumber : samsung.com

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah Samsung Galaxy Fold yang diciptakan dan dibuat oleh PT Samsung Electronics Indonesia. Pada gambar 3.1 adalah identitas logo dari PT Samsung Electronics Indonesia. Samsung Electronics didirikan sebagai bagian dari Samsung Group pada tahun 1969 di Suwon, Korea Selatan. Perusahaan ini merupakan gabungan dari dua anak perusahaan Samsung, yakni Samsung Semiconductor & Communications dan Samsung Electric Industries (Andi,2019).

Tahun 2000-an akhir menjadi saksi kelahiran seri smartphone Samsung Galaxy, yang dengan cepat menjadi salah satu produk yang paling dipuji dan dibanggakan oleh Samsung sendiri, tetapi juga menjadi salah satu lini produk Samsung yang menduduki daftar tahunan teratas dari smartphone terlaris di dunia. Mulai tahun 2010, seri Galaxy diperluas ke gawai tablet dengan diperkenalkannya Samsung Galaxy Tab (Andi,2019).

Pada 2015, Samsung memiliki lebih banyak paten yang disetujui di Amerika Serikat dibandingkan dengan perusahaan lain, lebih dari 7.500 paten diberikan oleh pemerintah Amerika Serikat ke Samsung hingga akhir tahun 2015. Pada 2017, Samsung diberi izin oleh pemerintah Amerika Serikat untuk mulai menguji mobil *self-driving* (Andi,2019).

Pada gambar 3.2 adalah Samsung Galaxy Fold salah satu produk yang

dikeluarkan oleh Samsung pada tahun 2019. *smartphone* ini memiliki layar 7,3 inci yang bisa dilipat dengan layar di bagian *cover* berukuran 4,6 inci Samsung menyertakan enam kamera di *smartphone* layar lipat Galaxy Fold ini. Keenam kamera dipasang di tempat-tempat berbeda (Wardani,2019).

Gambar 3.2 Samsung Galaxy Fold



Sumber : liputan6.com

Misalnya di layar *cover* terdapat sebuah kamera *wide* 10MP dengan *aperture* f2.2 Selanjutnya ada dua kamera *selfie* di layar fold yakni 10MP dengan *aperture* f2.2 dan 8MP dan *aperture* f1.9. Lalu, ada tiga kamera utama di bodi belakang seperti pada gambar 3.3 engan masing-masing 12MP *wide* dengan *aperture* f1.5 dan f2.4, MP *telephoto* dengan *aperture* f2.4, dan 16MP *ultrawide* dengan *aperture* f1.9 (Wardani,2019).

Gambar 3.3 Samsung Galaxy Fold



Sumber : liputan6.com

Samsung Galaxy Fold ditenagai *chipset* Snapdragon 855 dan menjadikan Galaxy Fold sebagai *smartphone* pertama Samsung di Indonesia yang menggunakan Snapdragon 855. Kinerja perangkat ini ditopang dengan RAM 12GB dan memori internal 512GB. Komposisi ini membuat performa Galaxy Fold diklaim menyerupai PC. Selanjutnya beralih ke baterai, Galaxy Fold dirancang sebagai *smartphone* dengan baterai ganda khusus untuk mengimbangi kebutuhan pengguna. Perangkat ini memiliki kapasitas 4.380mAh. Selain itu, terdapat pula teknologi pengisian daya cepat (*fast charging*) yang dapat digunakan saat pengisian daya dengan atau tanpa kabel. Untuk sistem keamanan, perangkat ini dibekali *fingerprint scanner* di sisi samping, bukan di bagian layar. Galaxy Fold juga dibekali dengan face recognition yang bisa dibuka dengan kamera cover dan kamera dalam (Wardani,2019).

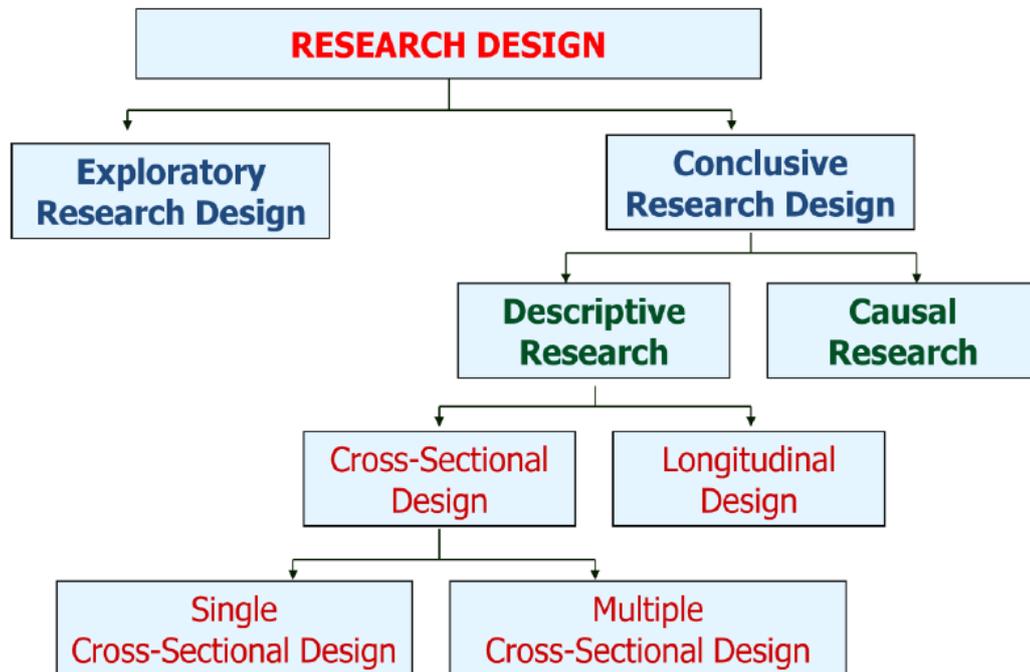
3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Terdapat dua jenis desain penelitian yang dapat digunakan dalam

melaksanakan penelitian, yaitu exploratory research design dan conclusive research design (Malhotra, 2010).

Gambar 3.4 *Research Design*



Sumber : Malhotra, 2012

1. *Exploratory Research Design*

Sebuah jenis penelitian yang ditunjukkan pada wawasan dan pemahaman dalam menghadapi situasi yang mengandung masalah yang sedang dialami peneliti dalam melakukan penelitian (Malhotra, 2012). Sifat penelitian yang digunakan sebagai tujuan untuk penelitian kedepannya dengan dasar pada sidat fleksibel dan tidak memiliki struktur, serta teknik dalam menyimpulkan data yang menjadi exploratory research design dengan merujung pada Depth Interview serta Focus Group Discussion (FGD) (Malhotra, 2012).

2. *Conclusice Research Design*

Penelitian ini disusun dan dibuat semata mata untuk membantu peneliti dalam mengambil keputusan yang hasilnya akan memproses informasi yang mengandung

penelitian, evaluasi dan lain hal dalam menentukan hal terbaik dalam situasi yang dihadapi (Malhotra, 2012). Dasar dari penelitian ini adalah asumsi dari seorang peneliti dalam memiliki pemahaman kuat dalam masalah yang diteliti serta bertujuan untuk menguji hipotesis serta hubungannya (Malhotra, 2012). Teknik yang digunakan penulis kali ini dalam mengumpulkan data pada *conclusive research design* adalah dengan menggunakan kuisisioner.

Penelitian ini menguji hipotesis – hipotesis yang bertujuan untuk mempelajari dan melihat adanya pengaruh dalam keterkaitan variabel yang sedang diteliti maka itu penulis menggunakan teknik *conclusive research design* (Malhotra, 2012). Dalam keterkaitan dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui pengaruh dalam keterkaitan antara variabel *electronic word of mouth, brand image, attitude toward the brand*, dan *purchase intention* terhadap Samsung Galaxy Fold

Pada buku Malhotra 2012 menjelaskan bahwa *conclusive research design* dibagi menjadi 2 jenis penelitian yaitu:

1. *Descriptive Research*

Penelitian yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan karakteristik – karakteristik tertentu ataupun fungsi fungsi yang terkandung (Malhotra, 2012). Metode dalam pengumpulan data yang dapat digunakan yaitu analisis kuantitatif, panel, observasi serta survey (Malhotra, 2012).

2. *Causal Research*

Casual research mencakup hubungan sebab akibat yang dikaiti dengan penelitian dengan model utamanya adalah eksperimen (Malhotra, 2012).

Untuk penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian *descriptive research* yaitu Penelitian yang berisikan deskripsi dalam suatu karakteristik atau fungsi pasar serta metode dalam mengumpulkan data yang nantinya akan digunakan di survey (Malhotra, 2012). Penulis menjelaskan dalam deskripsikan pengaruh dari *electronic word of mouth, brand image, attitude toward the brand*, dan *purchase intention* terhadap Samsung Galaxy Fold

Dalam bukunya Malhotra (2012) menjelaskan bahwa *descriptive research* di bagi menjadi dua metode yaitu *cross-sectional design* dan *longitudinal design*. Penjelasan dan pengertian dari *cross-sectional* dengan nama lain *sample survey*

adalah desain *research* yang mengambil informasi pada penelitian dari populasi dengan pengambilan satu kali. Sebaliknya pengertian *longitudinal design* memiliki devinisi penelitian dalam melibatkan sampel dengan populasi diukur berulang kali.

Dalam buku ini pula ada pembagian yang mengarah pada *cross-sectional design* yaitu *single cross-sectional design* dan *multiple cross-sectional design*. *single cross-sectional design* memiliki devinisi metode pengambilan data hanya dari seseorang dari sebuah sample sedangkan kebalikannya dengan *single, multiple cross-sectional design* didefinisikan sebagai metode dalam pengambil data yang diambil dari kelompok sample namun pengambilan data akan dilakukan satu kali dari sampel yang ada.

Pada penelitian kali ini penulis menggunakan metode *single cross-sectional design* dengan mengambil data data dari orang yang mengetahui Samsung Galaxy Fold yang memiliki niatan untuk membeli dengan pengaruh dari para *reviewer* yang memperkenalkan *smartphone* tersebut.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh *Electronic word of mouth, brand image, attitude toward brand* terhadap *Purchase intention* Samsung Galaxy Fold. Dengan di karenakan itu, peneliti menggunakan *conclusive research design* dengan jenis penelitian *descriptive research* yang mengambil data menggunakan *cross-sectional design* yaitu berupa survey. Penulis menggunakan *conclusive research design* dengan maksud peneliti ingin melihat pengaruh pengaruh antara variabel yang diteliti yang terkandung dalam hopotesis hipotesis yang ada. dengan begitu peneliti memanfaatkan *descriptive research* dalam teknik pengumpulan data dengan survey ditambah dengan metode *cross-sectional design* dengan pengambilan data dari populasi dengan pengambilan satu kali lalu dengan tektnik *single cross-sectional design* mengambil data dari masyarakat yang mengetahui Samsung Galaxy Fold yang memiliki niatan untuk membeli dengan pengaruh dari para *reviewer* yang memperkenalkan *smartphone* tersebut.

3.3 Research Approach

Exploratory research dan *confirmatory research* memiliki perbedaan yang akan di bandingkan sebagai berikut :

Exploratory research dapat memberikan hal berupa wawasan serta pemahaman dalam menghadapi situasi yang diteliti peneliti, *Exploratory research* memiliki karakteristik informasi yang dibutuhkan akan bebas dengan proses penelitian fleksible, tidak terstruktur serta dapat dikembangkan namun ukuran sampel kecil karena itu dalam menganalisis data menggunakan kualitatif dan kuantitatif. Temuan yang nanti didapat akan dapat dimasukkan kedalam penelitian konklusif serta dapat digunakan untuk mendukung temuan konklusif yang spesifik dan dapat pula digunakan dengan hak hak peneliti. Metode yang digunakan adalah data sekunder, wawancara kualitatif, observasi acak, survey ahli, data sekunder dan wawancara multivariat eksplorasi kuantitatif (Malhotra, 2012).

confirmatory research memiliki tujuan untuk menguji sebuah hipotesis dalam hubungan secara spesifik dengan berkarakteristik seperti informasi yang akan dibutuhkan telah jelas terdefiniskan dengan proses penelitian formal dan terstruktur serta sampel cenderung besar karena akan dijadikan wakil dalam menganalisis data agar kuantitatif. Temuan dapat dimasukkan dalam penelitian eksplorasi, selain itu digunakan pula dalam menetapkan konteks untuk temuan temua pada eksplorasi serta sama dengan *exploratory* dapat digunakan untuk hak sendiri. Metode yang digunakan dalam *confirmatory* yaitu survey, data sekunder, *database*, panel diskusi, observasi terstruktur dan eksperimen (Malhotra, 2012).

3.4 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian diuraikan sebagai berikut :

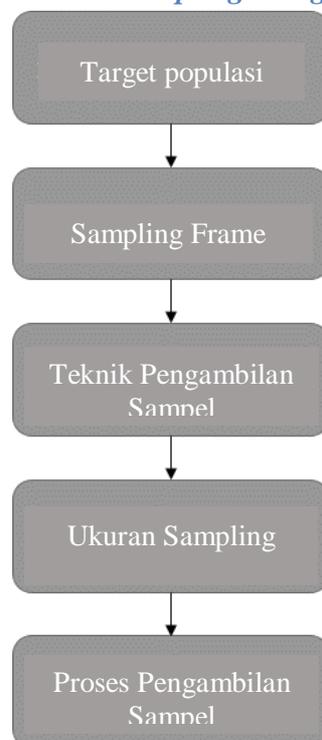
1. Mengumpulkan data, literatur dan jurnal yang akan mendukung proses penelitian dari kerangka hingga selesai.
2. Menyusun dan mengkaji daftar kuisisioner dari segi penyampaian agar dapat dipahami oleh responden agar responden dapat menjawab sesuai dengan yang diharapkan.
3. Menyebarkan kuisisioner online kepada responden melalui group *whatsapp*, *line* dan *instagram*.

4. Menyebarkan *pre – test* pada 30 responden dengan membagi seluruh 30 responden dengan media *online*. Tujuan dari *pre-test* ini untuk menguji kualitas dan kesiapan survey yang bila sudah siap akan disebar kepada responden dengan lingkup yang lebih besar.
5. Data *pre-test* yang telah diperoleh diproses dengan analisis dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics versi 25. Dengan data yang diperoleh *pre-test* diolah memenuhi syarat (uji validitas dan realibilitas) selanjutnya dilanjutkan dengan proses pengambilan data besar yang ditentukan dengan indikator (n) x5 observasi hingga n x 10. Pada penelitian kali ini adanya 16, sehingga membutuhkan minimal 80 responden.
6. Data yang diperoleh setelah melakukan tahap tahap survey yang lingkup yang lebih luas dianalisis menggunakan program Smart PLS versi 3.2.8.

3.5 Ruang Lingkup Penelitian

Malhotra (2012) dalam proses adanya 5 tahapan dalam penelitian yang dilakukan:

Gambar 3.5 Sampling Design Process



Sumber : Malhotra, 2012

3.5.1 Menentukan Target Populasi

Malhotra (2012) mendefinisikan dan menjelaskan bahwa target dari populasi adalah hal terpenting dan merupakan keseluruhan dari elemen yang memiliki informasi yang sangat penting dimana peneliti membutuhkannya dan dapat dijadikan peneliti menjadi kesimpulan. Aspek yang akan digunakan dalam penelitian yang bisa digunakan dalam mendefinisikan target populasi yaitu, *element, sampling unit, extent, dan time frame*.

3.5.1.1 Element

Element didefinisikan sebagai objek yang dimanfaatkan sebagai informasi yang sangat dibutuhkan oleh peneliti (Malhotra, 2012). Pada penelitian ini responden yang mengetahui dan paham tentang informasi telah dikumpulkan oleh peneliti.

3.5.1.2 Sampling Unit

Sampling unit adalah objek dalam artian orang-orang yang mengandung informasi dan kriteria yang sesuai dengan yang dibutuhkan yaitu elemen yang dijadikan sampel penelitian (Malhotra, 2012). *Sampling unit* pada penelitian ini adalah pria dan wanita yang mengetahui Samsung Galaxy Fold, belum pernah membeli *smartphone* Samsung Galaxy Fold dan sudah menonton reviewnya dengan membandingkan dari *budget* yang akan dikeluarkan seseorang untuk membeli *smartphone*.

3.5.1.3 Extent

Extent adalah batasan-batasan geografi dalam penyebaran sebuah penelitian (Malhotra, 2012). *Extent* pada penelitian kali ini mencakup seluruh wilayah Indonesia karena masuknya Samsung Galaxy Fold cukup tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

3.5.1.4 Time Frame

Time frame merupakan jangka waktu yang ditetapkan dalam memaksimalkan dan mengumpulkan serta mengolah data oleh peneliti (Malhotra,2012). Pengambilan data pada penelitian ini dalam jangka waktu dari bulan juni 2020 dan bila dilihat keseluruhan penelitian ini dilaksanakan sejak bulan januari 2020 hingga juni 2020.

3.5.2 Menentukan Sampling Frame

Sampling Frame adalah elemen elemen representatif dalam sebuah target populasi (Malhotra, 2012). *Sampling frame error* dalam susunan elemen elemen populasi sering sekali terjadi hal tersebut terjadi karena menyusun dan menata elemen dalam populasi adalah hal yang sulit dan tidak sempurna, dalam menangani hal tersebut adanya 3 hal dalam menghadapi *Sampling frame error* yaitu:

1. Populasi dapat didefinisikan ulang yang terdapat pada *sampling frame*
2. Dalam proses pengumpulan data dapat memverifikasi keterwakilan kerangka kerangka penelitian.
3. Data dapat diatur dan disesuaikan secara statistik yang ditunjukkan dalam memperoleh sampel yang lebih representatif dengan cara membuat nilai dalam segemen yang bila dinilai kurang.

Dalam penelitian *sampling frame*, teknik yang dapat digunakan dalam penelitian adalah *probability sampling*. Sebaliknya bila tidak adanya *sampling frame*, teknik yang dibutuhkan *nonprobability sampling*. Pada penelitian kali ini dikarenakan tidak adanya *sampling frame* karena peneliti tidak memiliki data data terkait masyarakat yang ingin membeli Samsung Galaxy Fold, oleh karena itu penulis menggunakan *nonprobability sampling* karena dalam penelitian tidak adanya *sampling frame*.

3.5.3 Memilih Teknik Pengambilan Sampel

Dalam buku Malhotra (2012) *sampling techniques* dibagi menjadi 2 yaitu:

1. Probability Sampling

Sebuah teknik yang diciptakan yang semua bagian yang terkandung dalam

populasi memiliki peluang yang dinilai sama saat dijadikan sampel namun adanya syarat utama dalam sampel ini yaitu harus memiliki *sampling frame*.

2. *Nonprobability Sampling*

Sampel yang populasinya dipilih dalam aspek penilaian pribadi, kemudahan serta kenyamanan peneliti saat mengumpulkan sampel maka itu kebalikan dengan *Probability Sampling*, penelitian ini tidak adanya *sampling frame*.

Peneliti menggunakan *nonprobability sampling* karena dalam penelitian kali ini seluruh dari populasi yang diteliti tidak memiliki peluang yang sama dalam menjadi responden serta adanya unsur dipilihnya responden dengan aspek kemudahan, penilaian pribadi serta kenyamanan sang peneliti dan tidak memiliki *sampling frame* yang menjadi salah satunya faktor.

Dalam buku Malhotra (2012) adanya penjelasan bahwa *nonprobability sampling* terdiri 4 teknik yaitu:

1. *Convenience Sampling*

Teknik yang digunakan dalam mengambil sampel dengan kenyamanan peneliti.

2. *Purposive Sampling*

Teknik yang digunakan dalam mengambil sampel *convenience* dengan kriteria populasi yang penentuannya dihubungkan dengan kebutuhan peneliti dalam di jadikan sampel.

3. *Quota Sampling*

Teknik yang digunakan dalam mengambil sampel adanya 2 tahap yang di perlukan. Tahap pertama kuota harus ditentukan dalam elemen populasi serta tahap kedua pemilihan sampel menggunakan teknik *convenience* ataupun *judgmental*

4. *Snowball Sampling*

Teknik yang digunakan dalam mengambil sampel dari informasiserta referensi yang akan bergulir atau diberikan responden sebelumnya kepada referensi yang nantinya diminta peneliti untuk mereferensikan orang lain lagi dan berulang lagi hingga memenuhi terget yang diinginkan.

Penelitian ini penulis menggunakan teknik *nonprobability sampling* jenis *purposive sampling* yang dipilih dari kriteria responden atau *screening* dalam menentukan sampel penelitian. Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan kriteria *screening* responden adalah pria dan wanita yang mengetahui Samsung Galaxy Fold, belum pernah membeli *smartphone* Samsung Galaxy Fold dan sudah menonton reviewnya dengan membandingkan dari *budget* yang akan dikeluarkan seseorang untuk membeli *smartphone*.

3.5.3 Menentukan Ukuran *Sampling*

Hair et al. (2010) dalam bukunya mengagaskan penelitian dengan ukuran sampel dapat di tetapkan dan harus disesuaikan dengan jumlah indikator yang telah dibuat dengan asumsi $n \times 5$ observasi atau $n \times 10$ observasi. Ada pula gagasan lain dari Hair et al. (2010) adanya perturan dasar yang ditentukan dalam ukuran *sampling*, yaitu:

1. Sampel memiliki jumlah yang harus lebih banyak dari variabel yang ada
2. Sampel di atur paling sedikit adalah sebanyak $n = 50$ pengamatan atau observasi
3. Sampel di atur dalam sebuah variabel memiliki sampel paling sedikit adalah 5 observasi maka itu untuk penelitian kali ini, terdapat 16 indikator \times 5 observasi sehingga jumlah minimal sampel adalah 80 sampel.

3.5.5 Menjalankan Proses Pengambilan *Sampel*

3.5.5.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Dalam data penelelitian adanya 2 jenis pembagian yaitu data primer dan data sekunder (Malhotra, 2012).

1. Data Primer, adalah data yang bersumber dari peneliti yang didapat dalam mengatasi masalah selama penelitian.
2. Data Sekunder, adalah data yang dikumpulkan yang bertujuan tertentu yang berkaitan dengan penelitian biasanya data ini berguna dalam menyelesaikan suatu

masalah dalam penelitian yang sedang diteliti ataupun mendukung suatu penelitian.

Penelitian ini penulis memutuskan untuk memakai kedua data dengan data primer sebagai data utama yang dihasilkan dari kuisisioner yang dibuat dan disebar dengan teknik nonprobability sampling serta dalam memperkuat teori dan pernyataan penulis memanfaatkan data sekunder yang bersumber dari artikel, buku dan juga jurnal penelitian yang sudah tersedia sebelumnya.

3.5.5.2 Prosedur Pengumpulan Data

Data primer yang didapatkan penulis dengan metode *online*, dalam mendukung prosesnya penulis menggunakan kuisisioner online dengan *google forms* yang berlanjut pada penyebaran *link* dari *google forms* melalui media media sosial yang dinilai penulis efektif.

3.6 Periode Penelitian

Jangka waktu pengerjaan yang dilakukan terkait penelitian ini adalah 4 bulan yang dimulai pada 15 maret 2020 hingga 15 juni 2020. Penelitian dimulai dengan penentuan topik dilanjutkan dengan latar belakang dan rumusan masalah lalu menyusun teori teori yang memiliki kaitan dengan penelitian dengan menguatkan pernyataan dari penelitian terdahulu yang bersumber dari jurnal – jurnal penelitian. Mencari data dengan membuat pertanyaan kuisisioner dengan diawali dengan *pre-test* untuk menghitung apakah variabel yang diteliti dapat teruji valid dan reliabel. Setelah *pre-test* maka penyebaran diperluas dengan minimal 150 responden. Pengelolaan data yang diperoleh berkaitan dengan analisa hasil dari olahan dengan diakhiri kesimpulan dan saran penelitian.

3.7 Identifikasi Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Eksogen

Variabel ini memiliki definisi yaitu variabel yang bebas dan ada pada semua

persamaan didalam model penelitian (Hair et al., 2010). Paa penelitian kali ini variabel eksogen adalah *Electronic word of mouth*, *brand image*, dan *attitude toward brand*.

3.7.2 Variabel Endogen

Variabel ini memiliki definisi yaitu variabel yang memiliki keterkaitan paling minimal dari satu variabel lain dan ciri ciri ini dari variabel endogen dengan adanya satu anak panah yang mengarah ke variabel tersebut (Hair et al., 2010). Variabel yang tergolong endogen dalam penelitian kali ini adalah *Purchase intention*.

3.7.3 Variabel Teramati

Variabel Teramati adalah variabel yang memiliki kemampuan dapat diamati hingga diukur secara empiris dalam sebuah penelitian variabel teramati sebagai indikator. Variabel teramati dapat dikatakan juga sebagai *observer variabel*. Dengan metode ini pengumpulan data survey dengan menggunakan kuisisioner, pertanyaan harus mewakili variabel teramati (Hair et al., 2010). Pada penelitian yang dijalankan terdapat 16 pertanyaan inti pada kuisisioner sehingga adanya 16 indikator yang berkaitan dengan jumlah variabel yang di amati.

3.8 Definisi Operasional Variabe

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Sumber Indikator	Scaling Technique
1	<i>eWOM</i>	eWOM didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang menganggap rekomendasi / ulasan sebagai dapat dipercaya, benar, atau faktual. Cheung, M. Y., Luo, C., Sia, C. L., & Chen, H. (2009) lalu <i>eWOM</i> Pengaruh pada keputusan pembelian melalui komunikasi WOM lebih jauh diperpanjang dengan munculnya Internet, yang memperpanjang eWOM komunikasi ke berbagai pengaturan virtual tambahan. Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012)	Saya setuju dengan ulasan mengenai Samsung Galaxy Fold	Cheung, M. Y., Luo, C., Sia, C. L., & Chen, H. (2009)	<i>Likert</i> 1 sampai 5
			Informasi dari ulasan berkontribusi pada pengetahuan saya tentang Samsung Galaxy Fold.		
			Ulasan memudahkan saya untuk membuat keputusan pembelian tentang Samsung Galaxy Fold. (mis., membeli atau tidak membeli).		
			Ulasan telah meningkatkan efektivitas saya dalam membuat keputusan tentang pembelian Samsung Galaxy Fold.		
2	<i>Brand Image</i>	<i>Brand image</i> didefinisikan di sini sebagai persepsi tentang suatu merek sebagaimana tercermin oleh asosiasi merek diadakan di memori konsumen. Keller, K. L. (1993) lalu <i>brand image</i> berfungsi untuk mendefinisikan produk untuk konsumen dan membedakan penawaran perusahaan dari penawaran kompetitif. Padgett, D., & Allen, D. (1997)	menurut saya produk Galaxy Fold dari merek Samsung memiliki kualitas tinggi.	Chinomona, R. (2016)	<i>Likert</i> 1 sampai 5
			menurut saya merek Samsung bagus		
			menurut saya merek Samsung ini memiliki kepribadian yang membedakan dirinya dari pesaing		
			menurut saya merek Samsung tidak mengecewakan pelanggannya		

3	<i>Attitude toward brand</i>	<i>Attitude toward brand</i> adalah didefinisikan sebagai kecenderungan untuk merespons dengan cara yang menguntungkan atau tidak menguntungkan untuk merek tertentu setelah stimulus periklanan telah ditunjukkan kepada individu. J. E., & Hoy, M. G. (1996), lalu <i>attitude toward brand</i> konstruksi relatif. Di hampir semua kategori produk apa yang dicari adalah merek yang, secara relatif, Memenuhi motivasi yang mendasari lebih baik daripada merek alternatif Percy, L., & Rossiter, J. R. (1992)	<p>menurut saya Samsung Galaxy fold dapat menguntungkan saya</p> <p>saya suka Samsung Galaxy Fold</p> <p>menurut saya Samsung Galaxy Fold dapat memuaskan kebutuhan saya</p> <p>saya memiliki opini positif terhadap Samsung Galaxy fold</p>	Chang, H. H., & Liu, Y. M. (2009)	<i>Likert 1 sampai 5</i>
4	<i>purchase intention</i>	<i>Purchase intention</i> didefinisikan sebagai probabilitas itu konsumen akan membeli produk. Mohd Fazli Mohd Sam 1, dan Md Nor Hayati Tahir (2009) lalu <i>Purchase intention</i> adalah kesadaran individu berencana untuk melakukan upaya untuk membeli merek. Spears, N., & Singh, S. N. (2004)	<p>saya berniat untuk membeli Samsung Galaxy Fold setelah melihat iklan di social media</p> <p>saya berniat untuk membeli Samsung Galaxy Fold bila adanya tanggapan positif di social media</p> <p>ketika saya ingin membeli produk Samsung Galaxy Fold saya akan melihat pendapat yang ada di social media</p> <p>saya bermaksud membeli produk jika sudah di jamin oleh teman saya di media social</p>	Alhidari, A., Iyer, P., & Paswan, A. (2015)	<i>Likert 1 sampai 5</i>

3.9 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.9.1 Uji Pre-Test

Dijelaskan pada buku Malhotra (2012) adanya perturan umum dalam melakukan survey dengan kuisisioner yang luas yaitu harusnya melakukan *pretesting*. Tujuan dari adanya *pretesting* adalah dapatnya mengidentifikasi sebuah masalah potensial yang bisa dihilangkan. *Pretesting* umumnya disebarkan kepada 15 – 30 responden. *Pretesting* adanya ketentuan saat melakukannya harus ada seluruh komponen yaitu daftar pertanyaan, susunan kata dan kalimat, urutan pertanyaan dan bentuk kuisisioner harus diuji lalu yang penting pula harus tepatnya target sampel yang diteliti. Saat melakukan *pretesting* akan baik adanya bila dilakukan secara langsung dengan contoh wawancara, telepon, dan *e-mail*. Dengan semua hal ini menciptakan hal yang sangat berguna untuk peneliti agar dapat meneliti secara langsung tanggapan dari responden serta pandangan pandangan dari para responden yang dapat digunakan untuk bahan perbaikan.

3.9.2 Metode Analisis Menggunakan Faktor Analisis

3.9.2.1 Uji Validitas

Validitas adalah skala dalam artian sejauh mana perbedaan skor dalam skala yang nantinya diamati dan mencerminkan adanya perbedaan diantara objek objek dengan karakteristik yang sedang dilakukannya pengukuran (Malhotra, 2010). Indikator - indikator mendekati atau valid sempurna, menandakan tidak adanya kesalahan dalam pengukuran yang dilakukan (Malhotra, 2010). Valid tidaknya suatu indikator dapat diukur dengan menggunakan 2 cara yakni, *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* adalah indikator indikator dari sebuah variabel dapat berbagi proporsi varians secara umum (Hair et al., 2010). *Convergent validity* dapat diukur menggunakan *outer loadings* dan *variance extracted* (AVE).

Discriminant validity adalah sejauh mana sebuah variabel dapat berbeda dari variabel lain dalam konteks banyaknya variabel berkorelasi dan berhubungan

dengan variabel lain dan bagaimana variabel dapat di ukur dengan baik serta mewakili variabel tunggal tersebut (Hair et al., 2010). *Discriminant validity* dapat di ukur menggunakan *cross loading factor* dan *frnell-lecker criterion*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *convergent validity* dan *discriminant validity* dalam mengukur validitas dengan *factor analysis* sebagai berikut :

Tabel 2.2 Uji Validitas PLS SEM

No	Kategori	Kriteria	Kriteria Diterima
1	Convergent Validity	Outer Loadings	Outer Loadings $\geq 0,7$
		Average Variance Extracted (AVE)	AVE $> 0,5$
2	Discriminant Validity	Cross Loading Factor	Cross Loading $\geq 0,7$ terhadap variabelnya dan diharapkan lebih besar terhadap variabel lain
		Fornell-Lecker Criterion	\sqrt{AVE} harus lebih tinggi dari korelasi antar konstruk laten

3.9.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas akan mengarah pada tingkat konsistensi skala dalam pengukuran berkali – kali (Malhotra, 2012). Sehingga penelitian uji reliabilitas ini dapat melihat seberapa konsisten jawaban para reponden dalam menjawab sebuah pertanyaan yang diajukan peneliti. Tingkat reliabel suatu variabel atau konstruk dapat diukur dengan cronbach's alpha, composite reliability, dan rho_A. Pada penelitian dengan PLS SEM nilai uji reliabilitas digambarkan dalam Tabel 3.4:

Tabel 3.3 Tabel Uji Reliabilitas PLS SEM

No	Kategori	Indeks	Kriteria Diterima
1	Cronbach's Aplha	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha

			> 0,7
2	Composite Reliability	CR	CR > 0,7
3	rho_A	rho_A	rho_A > 0,7

3.9.3 Structural Equation Model (SEM)

Penelitian pada kesempatan ini akan diolah dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Pada gagasan Hair et al. (2010) *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan bagian dari model statistik yang berfungsi menjelaskan hubungan antara variabel yang sedang diteliti dalam sebuah struktur hubungan timbal balik dengan menyatakan keseluruhan persamaan dan kemiripan pada regresi berganda. Dalam persamaan tersebut adanya gambaran hubungan antara konstruk terhadap variabel dependen dan independen yang saling berhubungan atau terlibat dalam suatu analisis.

Metode SEM, memiliki dua pendekatan yaitu *Covariance Based SEM* (CB-SEM) dan *Variance Based SEM* atau *Partial Least Square* (PLS). CB-SEM hal ini lebih mengarah pada pembangunan model yang dapat menjelaskan *covariance* dari indikator konstruk, dalam hal ini PLS lebih mengacu dalam analisa analisa konstruk pada tipe formatif dan reflektif. PLS juga dapat digunakan dalam melihat hubungan antara variabel moderator dan pengaruh dengan variabel lain.

Tujuan yang dimaksud dalam penelitian kali ini adalah untuk mengetahui kaitan pada *Electronic word of mouth, brand image, attitude toward brand* terhadap *Purchase intention* dengan metode *Partial Least Square* (PLS), peneliti menggunakan *software* SmartPLS versi 3.2.8, penggunaan aplikasi ini dikarenakan metode SEM lebih dari satu variabel dependen dan adanya moderator yaitu *brand image dan attitude toward brand*. Selain itu jenis Sem berbasis *variance* yang diciptakan untuk mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh SEM berbasis *covariance* yang diwakili oleh *software* pada umumnya menuntut sampel dalam jumlah besar, data harus memenuhi berbagai asumsi parametrik, indikator konstruk harus berbentuk reflektif, skala pengukuran harus *continous* serta adanya dukungan teori yang kuat namun dengan melalui Smart PLS dapat menyediakan alternatif SEM yang lebih longgar tapi memiliki kekuatan yang sama serta tidak mensyaratkan berbagai asumsi

3.9.3.1 Tahapan Prosedur PLS-SEM

Proses olah data menggunakan PLS – SEM, sebagai berikut :

1. *Model Specification*

Tahap awal adalah dengan menentukan adanya tipe indikator pada sebuah variabel yang dapat dibagi menjadi dua yaitu tipe reflektif dan formatif. Model Indikator reflektif mengacu pada asumsi kalau variabel laten dapat dibentuk dari *true score plus error*. Hipotesis dapat diajukan dalam perubahan pada indikator. Pada lain hal model indikator formatif mengacu pada perubahan indikator yang dihipotesiskan akan mempengaruhi dalam perubahan konstruk yang ada serta Arah dari hubungan kausal mengalir dari indikator ke konstruk.

2. *Outer Model Evaluation*

Outer Model adalah model yang indikatornya dapat saling berhubungan dengan variabel laten. *Outer Model* dapat pula disebut dalam *measurment model*. Interpretasian *Outer Model* dengan memperhatikan *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *reliability*. *Convergent validity* didefinisikan sebagai indikator – indikator dari sebuah variabel dinilai dapat berbagi prporasi carian secara umum (Hair et al., 2010). *convergent validity* juga dapat diukur melalui *outer loading* dan *average variance extraced (AVE)*. *Discriminant validity* menilai sejauh mana sebuah variabel dapat berbeda dari variabel lain dalam sebarapa banyak variabel dapat berkorelasi atau berhubungan dengan variabel lain dan bagaimana variabel tersebut dapat diukur dengan jelas lalu mewakili variabel tunggal tersebut (Hair et al., 2010). *Discriminant validity* dapat diukur menggunakan *cross loading factor* dan *fornell-lecker criterion*. Reliabilitas bergantung pada tingkat konsistensi skala ketika yang akan diukur berkali-kali (Malhotra, 2012). Uji reliabilitas dapat diukur menggunakan *cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan *rho_A*

3. *Inner Model Evaluation*

Dengan sebutan lain yaitu model struktural, *Inner Model* didefinisikan dalam menguji hubungan antar variabel laten. *Inner model* menunjukkan bahwa *direct effect*, *indirect effect*, dan *moderating effect* dari variabel-variabel yang diteliti.

3.9.3.2 Kecocokan Model Pengukuran (Outer Model)

1. *Convergent Validity*

Convergent Validity dapat digunakan untuk mengukur *outer loading* dan *average variance extracted* (AVE) untuk setiap variabel laten. Nilai *outer loading* yang direkomendasikan adalah di atas 0,70 namun bila adanya nilai 0,60 masih dalam tahap di maklumi jika dalam tahapan perkembangan (Ghozali dan Latan, 2015). Dalam hal lain nilai *average variance extracted* yang dikeromendasikan yaitu $AVE > 0,5$ (Ghozali dan Latan, 2015).

2. *Discriminat Validity*

Discriminat Validity memiliki kegunaan dalam menilai sebuah variabel memiliki nilai *Discriminat Validity* yang memadai dengan cara membandingkan korelasi pada indikator dengan konstruk yang dituju dan sayratnya harus lebih besar jida berbanding pada korelasi pada konstruk lain. Niali korelasi antara indikator harus dilihat melalui nilai *cross loading factor* dan *fornell-lacker criterion*. Nilai *cross loading factor* yang diterima adalah $\geq 0,7$ (Ghozali dan Latan, 2015). Kemudian *fornell-lacker criterion* atau \sqrt{AVE} harus lebih tinggi dari korelasi antar setiap konstruk laten (Ghozali dan Latan, 2015).

3. *Reliability*

Reliability memberi tanda bahwa adanya konsistensi pada setiap indikator pada variabel laten yang mengukur variabel tersebut. Nilai pada variabel memilikit tingkat konsistensi yang baik melalui pengukuran *cronbach's alhpha*, *composite reliability*, dan ρ_A . Nilai *cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan ρ_A yang diterima adalah $> 0,7$ (Ghozali dan Latan, 2015).

3.9.3.3 Kecocokan Model Struktural (Inner Model)

1. *T-Statistics*

T-Statistics memiliki fungsi dalam menguji ke signifikan sebuah hipotesis dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan taraf *alpha* sebesar 5% yang menajdikan nilai kritis dalam sebuah penelitian ini yaitu 1,645 (Hair et al., 2010). Nilai pada rentan $1,645 < t\text{-stat} < 1,645$ maka uji yang dilakukan dinyatakan

tidak signifikan. Jika nilai t-statistics berada pada rentan $< -1,645$ ataupun $> 1,645$ maka uji yang dilakukan dinyatakan signifikan (Hair et al., 2010).

2. R^2 (*coefficient of determination*)

R^2 adalah sebuah ukuran dari hasil sebuah modifikasi melalui koefisien determinasi yang diakumulasikan pada jumlah variabel independen yang masuk dalam persamaan dan ukuran sampel yang ada (Hair et al., 2010).

3. Q^2 (*cross validated redundancy*)

Q^2 adalah sarana dalam menilai sebuah relevansi prediktif dari *inner model* (Ghozali dan Latan, 2015).

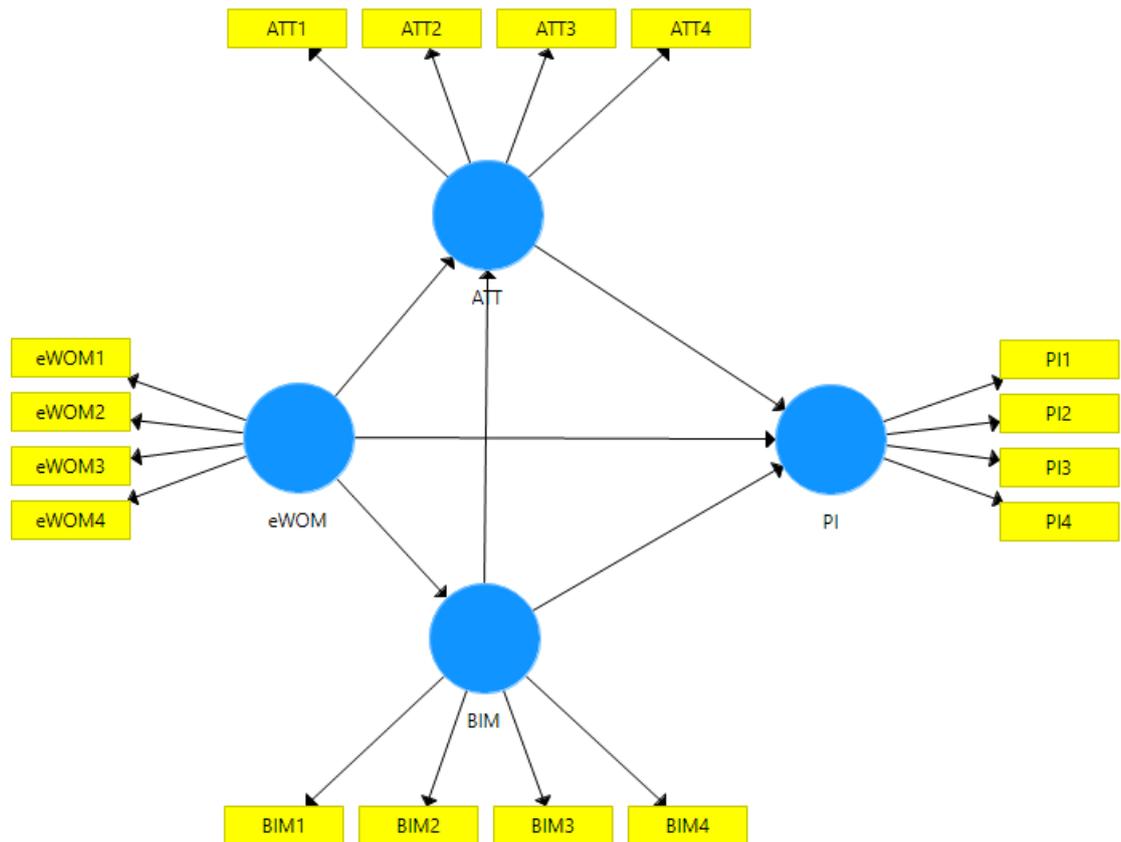
4. f^2 (*effect size*)

f^2 adalah ukuran efek pada setiap jalur yang menentukan dengan menghitung Cohen's f^2 . Nilai f^2 dibagi menjadi tiga yaitu small effect = 0,02, medium effect = 0,15, dan large effect = 0,35 (Ghozali dan Latan, 2015). Ada pula cara menghitung f^2 adalah melihat perubahan yang terjadi pada R^2 pada saat konstruk dihilangkan dari model (Ghozali dan Latan, 2015). Tingkatan effect akan tinggi melalui variabel eksogen berkontribusi dalam variabel endogen (Ghozali dan Latan, 2015).

3.9.4. Testing Structural Relationship

Gambar 3.6 Model Keseluruhan Penelitian

Sumber: Olah Data Primer, 2020



3.9.5 Testing Structural Relationship

Model dianggap teoritis serta valid bila memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Nilai standar koefisien ≥ 0 yang mendefinisikan adanya hubungan positif
2. Nilai dari p-values $< 0,05$. Ketika nilai p-values sebesar $< 0,05$ didefinisikan adanya pengaruh yang cukup signifikan melalui hipotesis yang telah disusun dalam sebuah penelitian ini benar didukung oleh data (Malhotra, 2012).