

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, yang dimana penelitian kuantitatif adalah metode digunakan untuk menguji teori tertentu dengan cara menganalisis hubungan antarvariabel (Amruddin et al., 2022). Sugiyono, (2019) menjelaskan penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan berdasarkan dari filsafat positivisme untuk meneliti populasi dan sampel yang sudah ditentukan dengan menggunakan instrument penelitian untuk menguji hipotesis yang telah ada secara konkret dan terukur. Maka dari itu penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk menguji populasi yang belum diketahui terhadap variabel yang terlibat.

### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian merujuk pada subjek atau fenomena yang menjadi pusat perhatian dalam sebuah penelitian. Ini bisa berupa individu, kelompok, peristiwa, proses, atau fenomena tertentu yang ingin diteliti untuk lebih dipahami atau dijelaskan oleh peneliti. Menurut Siti Hamidah & Jannati Hakim, (2023) objek penelitian adalah sebuah kondisi dimana menjelaskan atau menggambarkan situasi terkait objek yang akan diteliti, dengan tujuan memperoleh gambaran yang jelas dalam sebuah penelitian. Objek pada penelitian ini adalah konsumen pembersih wajah pond's di Kota Tangerang Selatan.

### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Populasi adalah keseluruhan elemen dalam penelitian, mencakup objek dan subjek dengan karakteristik tertentu. Populasi dapat dibedakan menjadi tiga kategori: berdasarkan jumlah (populasi terbatas dan tak terbatas), sifat (populasi homogen dan heterogen), serta jenis lainnya (populasi target dan populasi survei) (Amin & Garancang, 2023). Populasi menurut Sugiyono (2019) didefinisikan

seluruh subjek atau fenomena yang ingin diteliti. Mengingat Jumlah Penduduk Tangerang Selatan.

Tabel 3. 1 Jenis Kelamin Berdasarkan Usia di Tangerang Selatan

No	Jenis Kelamin	Total	Jenis Kelamin	Total
	Laki-Laki Berdasarkan Usia		Perempuan Berdasarkan Usia	
1.	15-19	53.654	15-19	50.724
2.	20-24	53.072	20-24	52.344
3.	25-29	54.044	25-29	54.660

Sumber: bps.go (2022) Jenis Kelamin

Berdasarkan usia dari Badan Pusat Statistik, (2022) Total Jenis Kelamin Perempuan dengan usia 15-19 sebanyak 50.724, usia 20-24 sebanyak 52.344 dan usia 25-29 sebanyak 54.660. Sedangkan Total Jenis Laki-Laki berdasarkan usia 15-19 sebanyak 53.654, usia 20-24 sebanyak 53.072, usia 25-29 sebanyak 54.044. Oleh karena itu, Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen berdomisili di Tangerang Selatan yang mengetahui dan pernah membeli Pembersih Wajah Pond's, Sehingga jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti.

### 3.3.2 Sampel Penelitian

Penggunaan desain sampel *Nonprobability Sampling* pada penelitian ini dimana desain sampel ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara *Purposive Sampling*. Secara sederhana, sampel dapat diartikan sebagai sebagian dari populasi yang dijadikan sumber data utama dalam sebuah penelitian. Dengan demikian, sampel merupakan representasi dari seluruh populasi yang diteliti (Amin & Garancang, 2023). Penentuan ukuran sampel dapat dilakukan dengan menghitung jumlah sampel berdasarkan metode yang dirumuskan oleh Isaac dan Michael, serta melalui penerapan rumus Nomogram yang dikembangkan oleh Harry King dan rumus Krejcie (Vionalita SKM, 2020). Maka, sampel yang dipilih

dalam penelitian ini adalah orang yang minat beli dan memutuskan membeli Pembersih wajah pond's. dengan karakteristik responden sebagai berikut:

1. Konsumen yang mengetahui produk pembersih wajah pond's.
2. Konsumen yang pernah membeli produk pembersih wajah pond's.
3. Konsumen yang berdomisili di Tangerang Selatan.

Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka penelitian menggunakan teori Hair et al, (2022) Dikatakan jika sampel yang dapat digunakan dalam penelitian paling sedikit berjumlah 100 sampel atau responden, untuk menentukan sampel yang tepat maka indikator dikali 5-10. Mengingat penelitian ini terdapat 16 total indikator dalam penyelidikan, maka  $16 \times 8 = 128$  jumlah sampel yang harus dipenuhi dalam analisis. Sedangkan dalam penelitian ini jumlah sampel yang terkumpul yaitu 131 responden dan sudah melebihi syarat minimum yang telah ditentukan.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Teknik Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner secara *online* melalui *Google Forms* kepada responden dengan bantuan aplikasi media sosial lain, Seperti Instagram dan WhatsApp. Kuesioner yang dibuat berdasarkan apa saja indikator yang digunakan pada variabel yang telah ditentukan. Pemilihan kuesioner sebagai metode pengumpulan data didasarkan pada tujuan penelitian. Melalui kuesioner, peneliti dapat mengumpulkan data yang relevan dengan fokus penelitian, berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden. Dengan ini, yang mempunyai niat untuk membeli hingga akhirnya dapat memutuskan membeli Pembersih Wajah Pond's tersebut untuk memenuhi kebutuhan kulit wajahnya. Dengan ini, untuk melihat data dari objek yang bisa didapatkan melalui hasil kuisisioner oleh subjek / seberapa banyak konsumen yang berminat dan memutuskan membeli produk tersebut di wilayah Tangerang Selatan.

### **3.4.2 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Waktu penelitian ini dilaksanakan sejak Awal bulan September 2024 – November 2024. Pada bulan September 2024 – Oktober 2024 peneliti menentukan judul lalu membuat proposal penelitian mulai dari Bab 1 – Bab 3. Pertengahan Oktober peneliti melakukan seminar proposal. Lalu dilanjutkan dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk menguji data, sehingga pada Bulan November peneliti membuat laporan akhir yang berupa hasil dari data yang telah di olah dengan menghubungkan hipotesis yang terlibat. Alasan dipilihnya Kota Tangerang Selatan sebagai lokasi penelitian karena Tangerang Selatan merupakan daerah yang mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat dan memiliki demografi yang beragam. Hal ini menciptakan pasar yang potensial untuk produk kecantikan, termasuk pembersih wajah. Dan untuk melihat Pengaruh *Content Marketing* dan *Peer Influence* Terhadap Keputusan Pembelian Pembersih Wajah Pond's Melalui Minat Beli konsumen di Kota Tangerang Selatan.

### **3.5 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian**

Operasionalisasi variabel adalah penjelasan mengenai metode yang digunakan untuk mengukur variabel yang ada. Sugiyono, (2019) Variabel penelitian mencakup segala sesuatu yang mempunyai variasi tertentu dalam berbagai bentuk, yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan informasi mengenai aspek yang telah ditetapkan, sehingga dapat diambil kesimpulan dari hasil penelitian tersebut. Definisi operasional adalah penjelasan yang disusun oleh peneliti mengenai istilah-istilah yang terdapat dalam masalah penelitian, dengan tujuan untuk menyamakan pemahaman antara peneliti dan pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian tersebut (Ghozali, 2021).

Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel yaitu ( $X_1$ ) *Content Marketing*, ( $X_2$ ) *Peer Influence*, (Y) Keputusan Pembelian, (Z) Minat Beli, Pembersih Wajah Pond's di Kota Tangerang Selatan.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Oprasional Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)  P. Kotler & Keller, (2021)	Keputusan Pembelian merupakan suatu tahapan atau proses konsumen untuk membeli suatu barang dengan mengevaluasi kebutuhan	1.Pengenalan Kebutuhan
		2.Pencarian Informasi
		3.Evaluasi Alternatif
		4.Keputusan Pembelian
		5.Evaluasi Pasca Pembelian
<i>Content Marketing</i> (X1)  Yazgan Pektas & Hassan, (2020)  Dalam Purwanto et al., (2022)	<i>Content Marketing</i> adalah bahwa strategi ini berfokus pada penciptaan dan distribusi konten yang menarik dan bernilai untuk membangun hubungan yang erat dengan audiens.	1.Konten menyampaikan informasi yang benar.  2.Konten menyajikan informasi penting yang sesuai dengan merek atau dan produk.  3.Konten memiliki sifat informatif  4.Konten menyediakan informasi yang bermanfaat

		<p>5. Informasi yang disampaikan dapat dipercaya</p> <p>6. Informasi yang disampaikan lengkap dan jelas</p> <p>7. Konten pemasaran tidak terlihat terlalu <i>persuasif</i> untuk memaksa konsumen membeli produk</p> <p>8. Konten disampaikan dengan cara yang jelas dan mudah dipahami</p>
<p><i>Peer Influence</i> (X2)</p> <p>M. E. Yunalia &amp; Etika, (2020)</p>	<p><i>Peer Influence</i> atau pengaruh teman sebaya merupakan fenomena sosial yang penting dalam perkembangan individu, terutama di kalangan remaja.</p>	<p>1. Perubahan Perilaku</p> <p>2. Perubahan Sikap</p> <p>3. Kepatuhan</p> <p>4. Imitasi</p>
<p>Minat Beli (Z)</p> <p>Kotler, (2019)</p>	<p>Minat beli adalah elemen penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen yang</p>	<p>1. Minat Transaksional</p>

Dalam Purbohastuti & Hidayah, (2020)	mencerminkan kecenderungan individu untuk memilih alternatif produk setelah melakukan pencarian informasi.	2.Minat Refensial
		3.Minat Prefensial
		4.Minat Eksploratif

Sumber:Data dioleh, 2024

### 3.6 Instrumen Penelitian

Menurut (Sukendra & Atmaja, 2020) instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk pengumpulan informasi pada penelitian untuk mengetahui hasil penelitian, sekaligus mengingat kembali model instrumen yang layak dan benar. Dalam metode ini, variabel yang diukur diuraikan menjadi beberapa indikator. Indikator-indikator tersebut selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk menyusun instrumen penelitian, seperti pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner. Kuesioner digunakan sebagai *Instrumen* penelitian pada penelitian ini. Kuisisioner yang dibuat berdasarkan apa saja indikator yang digunakan pada variabel yang ditentukan. Objek pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian melalui Minat Beli terhadap produk Pembersih Wajah Pond's pada Masyarakat di Tangerang Selatan. Dengan ini, untuk mengetahui data objek dapat dilihat melalui hasil pengisian kuesioner oleh subjek/seberapa banyak konsumen peminat pembersih wajah pond's di Tangerang Selatan.

Tabel 3. 3 Skor Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
------------------------------	---

Sumber : dibuat oleh, peneliti

### 3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (SEM) merupakan teknik statistik inferensial. Penggunaan teknik ini sebagai teknik analisis karena merupakan teknik analisis multivariat suatu ilmu sosial serta model statistik umum cukup banyak digunakan dalam berbagai ilmu. *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah metode analisis data yang sering disebut sebagai "analisis multidimensi." Ini adalah pendekatan analisis multivariat yang digunakan untuk mengevaluasi dan memahami hubungan antar beberapa variabel secara simultan. Dengan SEM, kita dapat mengeksplorasi interaksi kompleks antara variabel dan menguji model teoretis yang menggambarkan hubungan tersebut (Sarstedt et al., 2021). Metode ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis data dengan lebih mendalam, memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai struktur dan dinamika dalam dataset yang sedang diteliti. SEM (Structural Equation Modelling) memiliki 3 (tiga) kegiatan yang dilakukan secara bersamaan, yaitu

- a. Pengecekan validitas serta reliabilitas instrumen (*confirmatory factor analysis*)
- b. Pengujian model hubungan antara variabel (*path analysis*)
- c. Mendapatkan model yang sesuai untuk prediksi (model struktural dan analisis regresi).

Menurut Harahap & Nasution, (2020) Menjelaskan bahwa model pengukuran dilaksanakan untuk mendapatkan hasil penilaian terhadap validitas diskriminan. Sedangkan model struktural, adalah pemodelan yang menggambarkan hubungan untuk dihipotesakan. Untuk mengolah data SEM dengan lebih efektif, dapat digunakan software statistik yang cukup umum digunakan dalam melakukan perhitungan. Software yang umum digunakan untuk mengolah data SEM diantaranya Lisrel *Smart PLS* 4.0.



### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2019), Analisis deskriptif adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang bersifat umum atau generalisasi. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui jumlah responden yang dikelompokkan berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan, yaitu pertama, perempuan dari kalangan remaja hingga lansia, dan kedua, karakteristik pendapatan menengah ke atas.

### 3.7.2 Model Pengukuran atau *Outer Model*

*Outer Model Evaluation* untuk menilai validitas dan reliabilitas model menggunakan PLS-SEM (Ghozali, 2021) Agar penelitian ini menjadi valid dan reliabel, maka Instrumen validitas dan reliabilitas diperlukan dalam pengumpulan data. Sehingga, penelitian ini menggunakan *outer model evaluation* untuk menguji validitas dan reliabilitas.

#### A). Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Untuk mengukur instrumen penelitian memang benar dapat diukur atau diuji, maka diperlukan uji validitas, serta semakin tinggi nilai validitas maka semakin valid penelitiannya. *Convergent Validity* memiliki hubungan dengan aturan bahwa pengukur suatu model harus tinggi (Ghozali, 2021b). Uji ini digunakan untuk mengetahui adanya kesesuaian pada setiap hubungan indikator riset, uji ini dilakukan karena sudah dianggap cukup ketika nilai loading (*outer loading*)  $> 0,7$  dan nilai AVE  $> 0,50$  (Muhtarom et al, 2022) *Convergent Validity* ditujukan untuk membuktikan valid atau tidaknya setiap hubungan antara indikator yang digunakan dengan variabel laten. *Outer loading*  $> 0,7$  agar hasil uji dianggap valid (Emita et al., 2022).

#### B). *Composite Reliability*

Uji Reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan ketepatan, konsistensi, dan keakuratan instrumen ketika mengukur model penelitian (Ghozali, 2021). Penelitian ini mengukur reliabilitas dalam PLS-SEM menggunakan software *SmartPLs* 4.0 dengan memperhatikan nilai *Composite reliability* dan *Cronbach's*

*Alpha*. Uji *Composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* merupakan ukuran yang memiliki rentang nilai antara nol hingga satu. Sebuah uji reliabilitas dianggap dapat diandalkan jika nilai yang diperoleh lebih besar dari 0,7 (Emita et al., 2022). *Composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* ditanyakan *reliable* jika nilai keduanya > 0,70 (Harahap & Nasution, 2023).

C). *Discriminant Validity*

*Discriminant Validity* mengacu pada aturan bahwa ukuran modal yang berbeda tidak memiliki korelasi yang tinggi. *Cross loading* pada variabel harus > 0,70 (Ghozali, 2021). *Discriminant Validity* dinilai dengan *Cross loading*, kemudian dibuat perbandingan antara nilai AVE dengan kuadrat nilai korelasi atau dapat dengan melihat kuadrat dasar AVE. *Cross loading* adalah hubungan antara faktor dan petunjuk yang digunakan untuk menentukan hubungan ini (Tri Rachmawan et al., 2020).

### 3.7.3 Model Struktural atau Inner Model

Model yang digunakan untuk melihat sebab dan akibat hubungan antar variabel, yaitu *Inner Model Evaluation* (Muhtarom et al., 2022). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara nilai signifikan model dengan *R-Square* model riset. Model akan dievaluasi menggunakan *R-Square* untuk variabel dependen (Ghozali, 2021). *Inner Model* menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen variabel. *Inner Model* dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel. *Inner Model* dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* dan *F square* (Darmaileny et al., 2022).

A). *R- Square* ( $R^2$ ) : Digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai *R-Square* menunjukkan tingkat pengaruh, yaitu 0,75 untuk pengaruh kuat, 0,50 untuk pengaruh sedang, dan 0,25 untuk pengaruh lemah.(Ghozali & Latan, 2020).

B). *F- Square* ( $F^2$ ) : Digunakan menunjukkan dampak yang signifikan terhadap konstruk endogen, yang ditentukan berdasarkan besarnya pengaruh langsung terhadap konstruk laten endogen. Nilai *F-Square* yang diperoleh dapat dikelompokkan ke dalam kategori pengaruh kecil (*F-Square* = 0,02), pengaruh

sedang ( $F\text{-Square} = 0,15$ ), dan pengaruh besar ( $F\text{-Square} = 0,35$ ). (Ghozali & Latan, 2020).

C). *Path Coefficient* : Untuk melihat pengaruh langsung dan *Indirect Effects* sehingga perlu melakukan pengujian ini (Medriadi, 2022). Pada saat melakukan *Path Coefficient analysis* terlebih dahulu melihat akar kuadrat yang sudah ada dari nilai  $R\text{-Square}$ . Setelah langkah-langkah tersebut dilaksanakan, setiap variabel harus menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika ada variabel yang diuji dan terbukti tidak valid, maka variabel tersebut akan dieliminasi dari pengujian. *Path Coefficient analysis* (Ghozali, 2019). Nilai koefisien jalur berada dalam rentang -1 hingga 1, dengan nilai yang mendekati nilai ekstrem tersebut menunjukkan kekuatan hubungan dan arahnya dilambangkan dengan tanda positif (+) atau negatif (-) (Windarko et al., 2024).

#### **3.7.4 Pengujian Hipotesis**

Penelitian ini menguji hipotesis melalui analisis model Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan *SmartPLs*. Uji hipotesis dilakukan dengan menguji nilai koefisien jalur pada uji Inner Model. Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai t-statistik dan probabilitas melalui metode bootstrapping. Untuk uji hipotesis menggunakan nilai statistik, pada tingkat signifikansi 5%, t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Dengan demikian, hipotesis  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak jika t-statistik lebih besar dari 1,96. Sedangkan, untuk pengujian menggunakan probabilitas,  $H_a$  diterima jika nilai p kurang dari 0,05.