

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang akan digunakan menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk melakukan pengumpulan data. Dalam metode kuantitatif, data dikumpulkan dalam bentuk angka dan statistik, kemudian dianalisis untuk menguji hipotesis. Metode kuantitatif adalah metode yang berdasar filsafat *positivisme* bertujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti (Sugiyono, 2018). Penelitian kuantitatif memuat banyak angka-angka mulai dari pengumpulan, pengolahan, serta hasil yang didominasi angka. Maka penelitian menggunakan metode survei untuk penelitian dengan melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner untuk dari responden yang akan menjadi sampel (Kalangi *et al.* 2020).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sebuah variabel atau komponen penting yang akan dianalisa, karena berpengaruh dengan masalah dan tujuan dalam penelitian (Ansori, 2020). Saat melakukan penelitian, hal pertama yang harus dipertimbangkan adalah topik penelitian yang akan diteliti. Dimana objek penelitian merupakan masalah yang digunakan sebagai bahan penelitian untuk mencari penyelesaiannya. Objek penelitian menggambarkan atau menerangkan suatu situasi dari objek yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran yang jelas dari suatu penelitian. Berhubungan dengan tujuan penelitian yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah minat beli terhadap produk *skincare* Avoskin tentang digunakan sebagai objek dalam penelitian. Objek penelitian pada penelitian ini yaitu minat beli yang merupakan produk Avoskin.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah yang menggeneralisasi dari objek maupun subjek yang memiliki karakteristik sesuai dengan penetapan peneliti supaya dapat dilakukan pengkajian lebih lanjut dan ditemukan kesimpulan (Sugiyono, 2018). Dengan ini populasi yang dibuat akan dibuat keterkaitan dengan siapa, dimana, kapan, karakteristik dan besar populasi yang akan digunakan untuk diteliti. Populasi dalam penelitian ini dilakukan adalah masyarakat yang menggunakan media sosial dan minat untuk membeli produk Avoskin..

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diteliti dan dianggap mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian, sampel dipilih dan diuji untuk menghasilkan informasi tentang populasi yang lebih besar tanpa harus meneliti seluruh populasi. Dalam memilih sampel, peneliti harus memperhatikan teknik sampling yang digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang diambil memenuhi syarat untuk mewakili populasi secara akurat dan dapat dipercaya (Notoadmojo, 2018).

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam (Sugiyono, 2018). Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut (Sugiyono, 2018). Karakteristik pada sampel adalah masyarakat yang telah mengetahui produk Avoskin pada media sosial, wilayah tempat tinggal Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi,

Sampel yang akan diambil dari suatu populasi yang telah ditentukan peneliti, harus mewakili pendapat dari sebagian besar populasi, sehingga peneliti dapat memilih dan menentukan kriteria yang sesuai untuk dipilih sebagai responden dalam penelitian, agar sampel yang diambil dapat mewakili populasi secara akurat, untuk itu penelitian ini menggunakan *non-probability* (Hair *et al.* 2014). Menurut (Hair *et al.* 2014) terkait dengan masalah ukuran sampel peneliti biasanya tidak menganalisis faktor sampel yang kurang dari 50 pengamatan, serta penelitian biasanya menginginkan ukuran sampel harus 100

atau lebih besar. Dalam aturan umum biasanya peneliti setidaknya memiliki minimal lima kali lebih banyak dalam pengamatan berdasarkan total dari hasil variabel yang akan dianalisis dan ukuran sampel yang dapat diterima adalah rasio 10:1 untuk setiap variabel.

Berdasarkan jumlah indikator pada penelitian ini, terdapat 10 indikator. Sehingga rumus yang digunakan dalam penelitian jumlah sampel pada penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\ &= 10 \times 10 \\ &= 100\end{aligned}$$

Maka dapat ditentukan bahwa sampel ataupun responden yang digunakan berjumlah 100 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang akan diperoleh melalui kuesioner yang akan disebarluaskan secara daring atau secara online dengan menyebarkan link *google form* yang akan disebarluaskan melalui social media seperti Instagram, Twitter, dan Whatsapp. Skala pengukuran merupakan ukuran dari suatu penetapan angka yang digunakan untuk menunjukkan nilai objek yang akan diukur (Hardani *et al.*, 2020). Kuesioner yang digunakan tipe kuesioner pilihan yang meminta responden untuk memilih jawaban, satu jawaban yang sudah ditentukan. Pada penelitian ini menggunakan skala likert yang merupakan pengukuran atau penilaian dari perilaku, pendapat, dan penafsiran dari responden seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial yang akan mengisi kuesioner (Sugiyono, 2018). Dengan demikian dalam penelitian ini responden dalam menjawab pernyataan hanya ada 5 kategori diantaranya 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Cukup Setuju, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju.

Tabel 3. 1 *Kategori Jawaban Skala Likert*

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2

Sumber: (Sugiyono, 2018)

3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April hingga Mei 2023 dengan rentan waktu 1 bulan dan lokasi penelitian yaitu dilakukan secara daring atau *online* dengan wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi.

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional berfungsi sebagai pengarah bagi peneliti dalam melakukan pengukuran atau pengamatan terhadap variabel-variabel yang diteliti. Definisi operasional harus disusun dengan jelas dan terperinci untuk memastikan bahwa instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur variabel-variabel tersebut secara akurat dan konsisten (Notoadmojo, 2018). Pada setiap bagian variabel dalam penelitian ini memiliki definisi operasional yang dimana meliputi konseptual dan indikator yang menjadi sebuah landasan dalam penelitian. Jenis variabel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini menjadi 3 jenis variabel yaitu:

A. Getok Tular Elektronik (X)

Getok tular elektronik adalah versi internet dari sebuah periklanan getok tular atau mulut ke mulut, getok tular elektronik dapat berupa website, iklan, video *online*, ulasan *online* pada media sosial, dan acara pemasaran lainnya yang sangat menarik konsumen dan dibagikan kepada orang lain (Kotler & Armstrong, 2017). Pada penelitian ini Getok Tular Elektronik (X) sebagai variabel independen. Dengan indikator 3 yaitu *Intensity*, *Valence of opinion*, dan *Content*.

B. Minat Beli (Y)

Minat beli adalah aktivitas psikis yang dimana timbul karena rasa dan pikiran terhadap sesuatu berupa produk ataupun jasa yang diinginkan. Pada penelitian ini Minat Beli (Y) sebagai variabel dependen (Schiffman & Kanuk, 2014). Dengan indikator 4 yaitu Minat Transaksional, Minat Referensial, Minat Preferensial, Minat Eksploratif.

C. Citra Merek (Z)

Citra merek merupakan bentuk dari identitas sebuah merek terhadap suatu produk yang ditawarkan kepada pelanggan yang dapat membedakan suatu produk dengan produk pesaing (Sutiyono & Hadibrata, 2020). Pada penelitian ini Citra Merek (Z) sebagai variabel mediasi. Dengan indikator 3 yaitu Keunggulan Asosiasi Merek, Kekuatan Asosiasi Merek, Dan Keunikan

Tabel 3.2 *Definisi Operasional Variabel*

Variabel		Indikator	Sumber
Getok Elektronik (X)	Tular	1. <i>Intensity</i>	(Ardhiansyah & Marlena, 2021b)
		2. <i>Velence of opinion</i>	
		3. <i>Content</i>	
Minat Beli (Y)		1. Minat Transaksional	(Wulandari, 2021)
		2. Minat Referensial	
		3. Minat Preferensial	
		4. Minat Eksploratif	
Citra Merek (Z)		1. Keunggulan asosiasi merek	(Sipahutar & Nugrahani, 2021)
		2. Kekuatan asosiasi merek	
		3. Keunikan asosiasi merek	

Sumber: Data peneliti dari beberapa penelitian, 2023

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis *Partial Least Square* (PLS) yang digunakan dalam penelitian untuk mengatasi permasalahan pada data, penelitian ini merupakan penelitian reflektif yang menggunakan software SmartPLS 3.0. Ketika menggunakan teknik PLS – SEM lebih memungkinkan untuk memperkirakan model yang kompleks dengan memiliki banyak konstruk, variabel indikator, serta jalur struktural tanpa memaksakan asumsi distribusi pada data (Purwanto & Sudargini, 2021). Dari sisi konstruk PLS dapat mengakomodir baik formatif maupun reflektif (Hussein, 2015). Dalam PLS SEM, terdapat tahapan dalam evaluasi model yaitu inner model dan outer model.

Model pengukuran (*outer model*) terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya, model yang kedua yaitu model struktural (*inner model*).

3.8 Uji Measurement Model (*Outer Model*)

Tahapan evaluasi model yang digunakan yaitu *outer model* atau analisis measurement model. Tahapan ini akan melakukan pengujian instrumen dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terkait dengan kuesioner untuk memastikan indikator-indikator yang akan digunakan merupakan valid dan reliabel ketika dianalisis lebih lanjut lagi. Evaluasi *outer model* dalam PLS-SEM dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model (Ghozali & Latan, 2017).

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah instrumen penelitian (pernyataan dalam kuesioner) dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Semakin tinggi nilai validitas maka semakin valid sebuah penelitian. Ukuran yang digunakan untuk uji validitas menggunakan adalah:

1) Validitas konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Ghozali & Latan, 2017). Pada uji validitas indikator reflektif pada uji validitas konvergen dapat dilihat dari nilai *loading factor* setiap indikator dengan *Rule of thumb* yang biasanya digunakan menurut Ghozali & Latan (2017) adalah sebagai berikut:

- a) Nilai *Loading Factor* antara 0.60 – 0.70 dapat dikatakan sudah cukup memenuhi validitas konvergen.
- b) Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0.50.

2) Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Untuk mengukur validitas diskriminan dengan indikator memiliki nilai *cross loading* yang diukur lebih tinggi dari variabel lain yang tidak diukur (Kock & Lynn, 2012).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk (Ghozali & Latan, 2017). Mengukur reliabilitas dalam PLS-SEM dapat dilakukan dengan melihat *Composite Reliability* digunakan untuk mengukur *internal consistency*. Nilai *Composite Reliability* harus lebih besar 0.70 (Ghozali & Latan, 2017). *Cronbach Alpha* digunakan untuk diagnosis konsistensi dari seluruh skala dengan melihat koefisien reliabilitas. Nilai *Cronbach's Alpha* >0.70 masih dapat diterima untuk *exploratory research*.

3.9 Uji Structural Model (Inner Model)

Evaluasi model struktural dalam PLS-SEM bertujuan melihat kekuatan prediksi dari model struktural (Hair *et al.*, 2018). Metrik yang digunakan untuk mengevaluasi inner model yaitu sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 sebagai menilai model struktural dalam PLS diawali dengan melihat nilai *R-squares* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Hasil *R-squares* merepresentasikan jumlah variance dari konstruk yang dijelaskan oleh model. *Rule of thumb* untuk nilai *R-square* adalah: nilai 0.75 model kuat, 0.50 model moderate dan 0.25 model lemah (Hair *et al.*, 2018)
- 2) Nilai Q^2 *Predictive relevance* > 0 menunjukkan bahwa model mempunyai *predictive relevance*, sedangkan nilai Q^2 < 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance* (Hair *et al.*, 2018)
- 3) *Effect size* F^2 Nilai *F Square* dapat mengukur efek pada variabel laten terhadap variabel lainnya. Nilai *f square* efek sebesar 0,35 (besar), 0,15 (sedang), dan 0,02 (kecil) (Hair *et al.*, 2018) .
- 4) Uji Kriteria Goodness of Fit (GoF) digunakan untuk mengevaluasi model struktural dan model pengukuran, dan di samping itu menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model (Ghozali &

Latan, 2017). Nilai *communality* yang direkomendasikan antara 0-1 dengan interpretasi yaitu 0-0,25 (Gof Kecil), 0,25-0,36 (Gof Moderat), dan diatas 0,36 (GoF Besar). Rumus yang digunakan uji kriteria ini adalah:

$$GoF = \sqrt{R^2 \times AVE}$$

Keterangan:

R^2 = Nilai *Average R-Square*

AVE = Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

3.10 Pengujian Hipotesis

Dalam melakukan pengujian hipotesis, dilakukan menggunakan nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Uji t (test t) adalah salah satu test statistik yang dipergunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang menyatakan bahwa diantara dua buah mean sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan yang signifikan (Sudjiono, 2018). Pengujian Hipotesis untuk nilai statistik untuk alpha sebesar 5% atau (p-values < 0,05). Nilai untuk t-statistik digunakan sebesar 1,96. Kriteria hipotesis akan dinyatakan ditolak atau diterima jika t-statistik > 1,96 (Ghozali & Latan, 2017).