

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian sebenarnya merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu Sugiyono (2013:2) Dengan demikian, empat kata kunci yang harus diperhatikan adalah metode ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Penelitian didasarkan pada ciri-ciri keilmuan seperti empiris, rasional, dan sistematis. Ciri-ciri ini menunjukkan bahwa penelitian dilakukan dengan cara yang masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Ciri-ciri sistematis menunjukkan bahwa penelitian dilakukan dengan cara yang dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat melihat dan mengetahui bagaimana cara yang digunakan. Sistematis berarti bahwa penelitian dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah tertentu yang logis.

Metode penelitian terdapat penelitian kualitatif, kuantitatif, dan mix metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data ini bersifat statistik atau kuantitatif, bertujuan guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan Sugiyono (2013:8).

Pendekatan terdapat tiga (3) yaitu pendekatan deskriptif, pendekatan komparatif, dan pendekatan asosiatif. Metode pendekatan asosiatif, yang

berfokus pada hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih, digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan hubungan antara variabel-variabel tersebut Sugiyono (2013:36).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Bogor pada bulan Agustus tahun 2024.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan karakteristik dan sifat dari suatu objek yang diamati dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian kuantitatif hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti karena bersifat sebab dan akibat yang terkait dengan variabel independen dan dependen Abdullah et al., (2022:53).

1. Variabel Endogen (Dependen)

Variabel dependen ialah variabel yang nilainya dipengaruhi atau terpaut kepada nilai variabel independent (variabel bebas). Abdullah et al., (2022:54) Adapun variabel endogen (dependen) pada penelitian ini yaitu:

Purchase Intention

Menurut Sidharta et al., (2021:62) menyatakan bahwa *purchase intention* ialah sebagai titik temu antara kekhawatiran konsumen dan peluang untuk melakukan pembelian.

2. Variabel Eksogen (Independen)

Variabel independent yang nilainya guna mempengaruhi perubahan dari variabel dependent (variabel terikat), jenis variabel ini dapat dimanipulasi Abdullah et al., (2022:54).

Adapun variabel eksogen (independen) pada penelitian ini yaitu:

a. *Celebrity Endorser*

Menurut Tanjung & Keni (2023:90) *Celebrity endorser* ialah seorang selebriti yang bekerjasama dengan perusahaan guna mengkomunikasikan pesan serta manfaat sebuah produk melalui iklan ataupun memasarkan sebuah produk.

b. *Brand Image*

Menurut Hendri & Budiono (2021:373) mendefinisikan bahwa *brand image* dapat mencakup manfaat dan atribut yang terkait pada suatu brand yang akan membuat brand tersebut menjadi istimewa dan berbeda dengan pesaingnya.

D. Operasional Variabel

Adapun definisi operasional untuk memperjelas variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Kode Indikator	Pengukuran
Purchase Intention (PI)	<i>purchase intention</i> adalah sesuatu yang terjadi ketika seseorang menerima	1. Minat transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial	PI1 PI2 PI3	<i>Skala Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	Kode Indikator	Pengukuran
	stimulus dari produk avoskin dan kemudian memutuskan untuk membeli sejumlah produk avoskin dalam jumlah tertentu serta dalam jangka waktu tertentu, yang akan menghasilkan keinginan yang sangat kuat.	4. Minat Eksploratif	PI4	
Celebrity Endorser (CE)	<i>celebrity endorser</i> ialah tokoh populer yang memiliki banyak penggemar seperti atris lokal “Refal Hady” yang digunakan oleh perusahaan guna mengiklankan produk avoskin.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya Tarik (Attractiveness) 2. Dapat dipercaya (Trustworthiness) 3. Keahlian (Expertise) 	CE1 CE2 CE3	<i>Skala Likert</i>
Brand Image (BI)	<i>brand image</i> ialah suatu ciri khas yang dimiliki oleh produk avoskin dan selalu melekat pada persepsi konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kekuatan (Strength) 2. Keunikan (Uniqueness) 3. Keunggulan (Favorable) 	BI1 BI2 BI3	<i>Skala Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	Kode Indikator	Pengukuran
	ketika memikirkan nama produk avoskin.			

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah luas dari keseluruhan daerah yang digeneralisasi terdiri antara subjek atau objek yang mempunyai kuantitas, kualitas dan karakteristik tertentu sesuai dengan yang telah ditentukan oleh peneliti kemudian akan digunakan guna menyusun interpretasi serta data penelitian yang berhujung dengan kegiatan penarikan kesimpulan. Darwin et al., (2021:104). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk perawatan kulit (*skincare*) di Kota Bogor, dengan tidak pasti diketahui jumlah populasinya.

2. Sampel

Sampel ialah terdiri dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar dan peneliti tidak memiliki cukup tenaga, waktu serta dana, untuk mengamati semua aspeknya maka peneliti dapat menggunakan sampel yang mewakili dari populasi tersebut Abdullah et al., (2022:80–81).

Menurut Duryadi (2021:43) sampel merupakan memungut data dari sebagian kecil populasi yang diteliti. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis *algorithm* dengan *path* atau structural

weighting, yang dimana sampel yang diambil tidak menuntut dalam jumlah besar, yaitu dengan minimal sampel 30 dan maksimal sampel 100 Ghozali (2023:29).

Pada penelitian ini, menggunakan teknik pengambilan sampel berbasis *non-probability* sampling yang digunakan untuk memilih sampel. *Non-probability Sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik sampel ini meliputi *sistematis*, kuota, *aksidental*, *purposive*, jenuh, dan *snowball sampling* Abdullah et al., (2022:84).

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *aksidental sampling* dimana tidak memiliki ketentuan tertentu. Menurut Abdullah et al., (2022:85) teknik *aksidental sampling* ialah menentukan sampel berdasarkan kebetulan yakni siapa saja yang secara kebetulan berjumpa dengan peneliti, lantas dapat digunakan sebagai sampel, jika disangka orang yang kebetulan didapati itu cocok sebagai sumber data.

Menurut Hair (2010) rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel dalam SEM-PLS ialah karena ukuran populasi belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali jumlah indikator pada tingkat signifikansi alpha 5%. Pada penelitian ini jumlah indikator sebanyak 10 (sepuluh) indikator maka agar tidak melebihi ketentuan jumlah sampel SEM-PLS maka peneliti menggunakan ukuran sampel sebagai berikut 10 dikali 9 ($10 \times 9 = 90$).

Sehingga perhitungan dengan rumus tersebut menghasilkan sampel sebanyak 90 (sembilan puluh) sampel yaitu konsumen yang menggunakan produk perawatan kulit (*skincare*) sebagai responden.

F. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Pada penelitian ini menggunakan data primer. Yang dimana data primer ialah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama. Darwin et al., (2021:78). Data primer dalam penelitian ini di dapatkan dengan metode kusioner yang dimana peneliti akan membagikan kusioner secara langsung kepada responden.

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode, diantaranya adalah:

- a. Kusioner, ialah metode pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan ataupun pernyataan kepada responden secara tertulis.
- b. Dokumentasi, ialah kumpulan informasi yang diperoleh pada masa lampau melalui dokumen elektronik ataupun tertulis seperti jurnal-jurnal dan buku guna mendukung untuk kelengkapan informasi lainnya.

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui penyebaran kusioner. Peneliti menyebarkan kusioner kepada 135 responden. Kusioner yang terkumpul kepada peneliti sebanyak 100

responden dan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 90 responden.

Pada penelitian ini menggunakan kusioner dengan metode *skala likert* menurut Sugiyono (2013:93) *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditentukan secara khusus oleh peneliti, yang kemudian disebut sebagai variabel penelitian. skala *likert* juga digunakan untuk membentuk indikator variabel. Yang dimana Indikator tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk membuat item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Adapun dalam penyebaran kusioner peneliti menggunakan skala *likert* dengan kategori antara 1 – 5 yang umumnya memang digunakan pada skala *likert*, dengan skala sebagai berikut.

Tabel 2
Skala Likert

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber Sugiyono (2013:93)

3. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Kurniawan & Zarah, (2016:106) analisis statistik deskriptif ialah statistik yang digunakan untuk menganalisis data

dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Pada analisis ini menggunakan metode perhitungan rata-rata tertimbang. Rumus dari rata-rata tertimbang yang digunakan pada penelitian ini ialah sebagai berikut.

$$W = \frac{\sum W_i X_i}{n}$$

Keterangan:

W = Rata-rata Tertimbang

W_i = Nilai Bobot

X_i = Frekuensi

N = Jumlah Responden

Pengelompokan data dalam daftar berdasarkan interval kelas atau kategori tertentu disebut distribusi frekuensi. Diperlukan untuk menghitung persentase frekuensi dari masing-masing item pernyataan dalam kuesioner selama proses distribusi frekuensi. Ini dilakukan dengan tujuan mengklasifikasikan setiap variabel dalam analisis atau memeriksa input data yang ada. Sebagai berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung interval kelas dalam penelitian ini.

$$R_s = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Skala}}$$

Keterangan:

Rs = Rentang Skala

Skor Tertinggi = 5 (skor dalam instrument penelitian kusioner)

Skor Terendah = 1 (skor dalam intrumen penilaian kusioner)

Jumlah Skala = 5

Adapun interval kelas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3
penilaian Interval Kelas

NO	Nilai (Skor)	Kategori
1	1,00 -1,80	Sangat Buruk
2	1,81 – 2,60	Buruk
3	2,61 – 3,40	Cukup
4	3,41 – 4,20	Baik
5	4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber : Riyanto & Hatmawan (2020:54)

G. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM (*Structural Equation Modeling*) yang akan dilakukan melalui program *SmartPLS* 4.0.0 SEM (*Structural Equation Modeling*) ialah merupakan Teknik analisis gabungan dari dua metodologi disiplin ilmu yaitu perspektif ekonometrika yang memfokuskan pada prediksi dan *psychometrika* yang mampu untuk menggambarkan konsep model dengan variabel laten yang akan diukur melalui indikator-indikator. Ghazali (2023:3).

Menurut Ghazali (2023:32) evaluasi model dalam PLS-SEM menggunakan *SmartPLS* 4.0.0 dapat dilakukan dengan menilai hasil

pengukuran model (*measurement model*) yaitu melalui analisis factor konfirmatori atau *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk laten. Kemudian dilanjutkan dengan evaluasi model structural dan pengujian signifikansi untuk menguji pengaruh antar konstruk atau variabel.

Pada suatu penelitian pertanyaan dari kusioner dapat diterima jika sudah memenuhi syarat pengujian. Evaluasi model SEM-PLS dapat di implementasikan dengan melakukan dua (2) penilaian ialah sebagai berikut.

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran (*outer model*). Dalam PLS-SEM pada tahapan ini dikenal dengan uji validitas konstruk. Pengujian validitas konstruk dalam PLS-SEM terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Solling & Rahmat, (2019:41).

- a. Uji validitas digunakan untuk menentukan validitas survei. Survei dianggap valid jika pernyataannya memberikan informasi tentang apa yang diukur.

- 1) Validitas Convergent

Validitas convergent berkaitan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas indikator reflektif pada program SmartPLS dapat dilihat pada nilai *loading factor* untuk tiap-tiap indikator konstruk. nilai *loading factor* harus lebih dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan antara 0.6–0.7 untuk penelitian yang bersifat

exploratory, serta nilai *Average Variance Inflation Factor* (AVE) harus lebih besar dari 0.5 Solling & Rahmat, (2019:41–42).

2) Validitas Discriminant

Validitas discriminant berkaitan dengan prinsip bahwa pengukur pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Cara menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif ialah dengan melihat nilai cross loading. Nilai ini untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0.7 model memiliki validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari pada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model Solling & Rahmat, (2019:42).

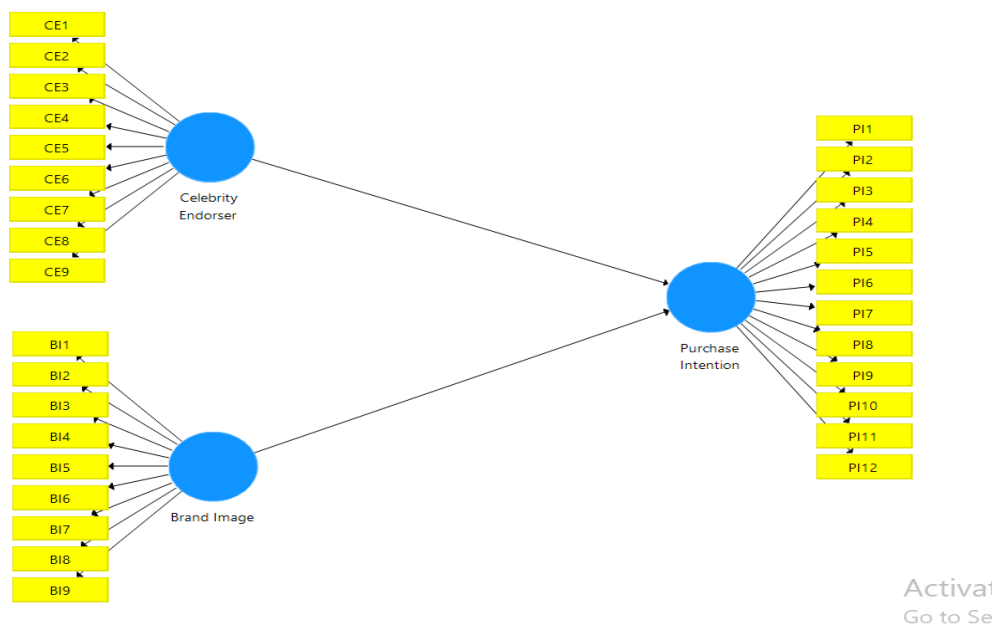
b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam PLS-SEM selain pengujian validitas juga dilakukan pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan konsistensi, akurasi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Untuk mengukur reliabilitas pada suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0.7. pada penelitian konfirmatori, dan masih dapat diterima dalam penelitian eksploratori dengan nilai antara 0,6 dan 0,7. Pedoman umum untuk mengevaluasi reliabilitas konstruk pada *cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0,7

dapat diterima dalam penelitian yang memiliki sifat konfirmatori, dan nilai lebih dari 0,6 masih dapat diterima dalam penelitian dengan sifat eksploratori. Solling & Rahmat, (2019:42).

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model adalah model struktural yang menghubungkan antar variabel laten, untuk melihat seberapa besar pengaruh antar variabel laten Solling & Rahmat, (2019:74).



Sumber: Data Primer Penelitian, diolah Tahun 2024

Gambar 1
Inner Model

a. *R-Square*

Untuk memulai evaluasi model struktural yang menggunakan *Partial Least Square* (PLS), ialah dimulai dengan nilai R-square dari masing-masing variabel laten endogen dalam peran kekuatan dari perkiraan model struktural. secara struktural. Perubahan nilai R-

Square menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Nilai R-Square 0.75 diindikasikan menjadi model yang kuat, nilai R-square 0.50 diindikasikan menjadi model moderate, dan 0.25 diindikasikan menjadi model yang lemah. Semakin tinggi pada nilai R-square maka dapat dikatakan model prediksi dan model penelitian yang diajukan lebih baik.

b. Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Pada SmartPLS hanya menggunakan metode resampling bootstrap, model ini dievaluasi dengan melihat nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Nilai signifikansi yang digunakan ialah (*one-tiled*) di mana pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi *p-value* senilai 0,05 (5%) dan *t-statistic* >1.66.

1) Nilai Signifikasi (p-value)

Jika nilai *p-value* <0,05 maka dianggap pengaruh dari variabel signifikan.

Jika nilai *p-value* >0,05 maka dianggap pengaruh dari variabel tidak signifikan.

2) Nilai Uji t

Jika nilai *t-statistic* > 1,66 maka dianggap pengaruh dari variabel signifikan.

Jika nilai t-statistic < 1,66 maka dianggap penagruh dari variabel tidak signifikan.

Tabel berikut memberikan ringkasan pedoman umum untuk evaluasi model pengukuran dan struktural guna membantu peneliti dalam mengevaluasi model.

Tabel 4
Ringkasan Pedoman Umum
Evaluasi Model Pengukuran dan Struktural

kriteria	Parameter	Rule of Thumb
<i>Validitas Convergent</i>	<i>Loading Factor</i>	>0,70
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	>0,50
<i>Validitas Discriminant</i>	<i>Cross Loading</i>	>0,70
Realiabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	>0,70
	<i>Composite Reliability</i>	>0,70
<i>R-square</i>		>0,75 (kuat)
		0,50 – 0,75 (sedang)
		0,25 – 0,49 (lemah)
Signifikasi (<i>one-tailed</i>)	<i>p-value</i> signifikasi level 5% (0,05)	>1,66

Sumber: Ghozali (2023:67–71)