

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah ini adalah suatu kegiatan yang mempunyai dasar dengan ciri keilmuaan, rasional, empiris, dan sistematis. Data ini di peroleh melalui penilitian yang dimaksud adalah data empiris(teramati) yang memilki kriteria tertentu yaitu valid(sah). Adanya data valid maka data tersebut realibel dan objektif.

Pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, menurut Sugiyono (2022:7) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang memakai data berupa angka atau statistik (*numerik*), dijadikan hasil yang diutarakan pada suatu penelitian. Metode asosiatif adalah metode yang bersifat kausal, artinya pada suatu penelitian yang mempunyai tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel bahkan lebih. Sedangkan sifat kausal adalah hubungan yang mempunyai sifat sebab akibat (sugiyono, 2022:37).

B. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di klinik kecantikan Debeautic yang beralamat di Jl. Pembangunan No.213, Ciparigi Kec. Bogor Utara, Kota Bogor.

C. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:38) variabel penelitian merupakan sebuah hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah adalah:

1. Variabel Endogen (*Dependen*/ Terikat)

Variabel endogen yaitu variabel laten yang nilainya ditentukan oleh variabel lain yang ada di dalam model (Sholihin et al, 2020:5). Dalam penelitian ini terdapat 1 variabel endogen yaitu :

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah mencerminkan perilaku pembelian konsumen, baik individu maupun rumah tangga, dalam memilih dan mengkonsumsi selain barang dan jasa. Setiap konsumen selalu mempertimbangkan pilihan sebelum melakukan Keputusan pembelian. Apakah produk yang akan dibeli sudah sesuai dengan kebutuhannya atau keinginannya tetapi terkadang konsumen tidak mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan pembelian. (Kotler & Amstrong, 2018:158).

2. Variabel Eksogen (*Independen*/Bebas)

Variabel eksogen yaitu variabel laten yang nilainya di tentukan oleh variabel lain yang ada diluar model (Sholihin et al, 2020:5). Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel eksogen yaitu :

a. *Social Media Marketing*

social media marketing merupakan suatu bentuk pemasaran yang memiliki tujuan, sehingga terciptanya pengakuan, kesadaran, ingatan dan tindakan yang disebabkan oleh suatu bisnis, produk, merek, dan individu baik secara langsung maupun tidak langsung. (Kurniasari dan Budiarmo, 2018:17).

b. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dengan produk, dan jasa. kualitas produk selalu berubah sesuai dengan waktu dan kebutuhan, misalnya yang dianggap kualitas saat ini bagus mungkin dimasa yang akan datang dianggap kurang berkualitas. (Tjiptono 2015:28).

D. Operasional Variabel

Definisi operasional variabel mengacu pada spesifikasi atau penjelasan yang memberikan penyusunan instrumen dalam pertanyaan kuisisioner penelitian berdasarkan indikator operasional variabel penelitian. Pada definisi operasional ini dapat membantu untuk memperjelas arti atau konsep dari variabel penelitian dan mengarah pada pengukuran yang tepat. Untuk menguatkan pertanyaan kuesioner maka di buat tabel operasional variabel dibawah ini.

Tabel 7
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Kode Indikator	Pengukuran
Social Media Marketing (X ₁)	<i>Social media marketing</i> adalah suatu bentuk pemasaran dengan media internet yang melibatkan pembuatan konten yang nantinya akan di bagikan di jejaring sosial dengan tujuan untuk menaikkan branding dan promosi. (Helianthusonfri, 2019:5)	1. <i>Online communities</i> 2. <i>Interaction</i> 3. <i>Sharing of content</i> 4. <i>Accessibility</i> 5. <i>Credibility</i>	SMM1 SMM 2 SMM3 SMM 4 SMM 5	<i>Skala likert</i>
Kualitas Produk (X ₂)	kualitas produk merupakan suatu barang yang telah ditetapkan untuk memiliki standar ukur, Produk dapat di katakan memuaskan jika telah memenuhi kebutuhan pelanggan yang telah di sesuaikan dengan ketetapan standar produk. (Anggraini et al, 2019:15)	1. Keistimewaan Produk 2. Kesesuaian 3. Daya tahan 4. Keandalan 5. Estetika 6. Kesan kualitas	KP1 KP2 KP3 KP4 KP5 KP6	<i>Skala likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu proses pembelian dimana konsumen mengetahui masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan	1. Pemilihan produk 2. Pemilihan merek 3. Pemlihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian	KPB1 KPB2 KPB3 KPB4 KPB5	<i>Skala likert</i>

	mempertimbangkan mana yang paling baik dari masing-masing alternatif tersebut yang dapat memberi solusi terkait masalahnya, kemudian menuju kepada Keputusan pembelian. (Tjiptono, 2015:78)	6. Metode pembayaran	KPB 6	
--	---	----------------------	-------	--

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugioyono (2022:80) Pada suatu penelitian, Populasi merupakan cangkupan daerah yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik kuat untuk ditetapkan peneliti untuk dipelajari agar dapat ditarik kesimpulannya Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk *skincare* pada Klinik Kecantikan Debeautic dengan tidak diketahui secara pasti jumlah populasinya.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2022:81) Penggunaan sampel dalam suatu penelitian memungkinkan untuk memperoleh gambaran tentang suatu populasi, , sampel merupakan sebagian dari jumlah dan ciri yang terdapat dalam populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mampu mempelajari seluruh elemen populasi tersebut, yang dikarenakan seperti keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat memanfaatkan

sampel yang mewakili populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode analisis algorithm dengan path atau struktural weighting, dimana sampel yang diambil tidak harus dalam jumlah besar, yaitu dengan minimum sampel 30 dan maksimum sampel 100 (Ghozali, 2021:47).

Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah pendekatan non probability sampling yaitu suatu Teknik sampling yang tidak dapat memberikan kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi yang sama untuk dijadikan sampel, Sugiyono (2022:85). Penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui Teknik purposive sampling, Teknik ini merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Yaitu ada kriteria khusus dengan ketentuan yaitu :

1. Konsumen yang pernah atau sedang menggunakan produk *skincare* klinik kecantikan debeautic.
2. Konsumen yang pernah melakukan pembelian produk *skincare* klinik kecantikan debeautic minimal 1x.
3. Mengikuti Instagram Debeautic

Menurut Abdillah dan Hartono (2015:183) Dalam mengukur ukuran sampel dalam SEM-PLS diperlukan jumlah 5 – 10 kali jumlah indikator pada tingkat Signifikansi alpha 5%. Menurut Malhotra dalam Sari (2013:91) ukuran sampel setidaknya $5 \times$ jumlah parameter bebas dalam model untuk penelitian. Pada metode penelitian SEM-PLS jumlah sampel maksimal yaitu 100. Maka dalam penelitian ini terdapat indikator, agar jumlah sampel tidak lebih dan kurang dari ketentuan. Maka jumlah keseluruhan indikator

yang ada adalah 17 indikator. Jadi jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian sebagai berikut.

5 x jumlah indikator

$$5 \times 17 = 85$$

Dari perhitungan tersebut, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang di gunakan dalam penelitian ini sebanyak 85 responden.

F. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Secara umum jenis data penelitian dapat dibedakan menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Berikut penjelasan dari kedua jenis data penelitian tersebut, menurut Abdillah dan Hartono (2015:49-50).

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang belum pernah di olah oleh pihak tertentu yang diperuntukan untuk kepentingan tertentu. Data primer ini dalam menunjukan keaslian informasi terdapat pada data tersebut. Data primer pada umumnya mendapatkan sumber dari sumber data primer, yaitu data berada pada pihak utama yang memiliki data tersebut. Data primer pada penelitian ini didapat secara langsung dari owner Klinik Kecantikan Debeautic dan kuesioner yang dibagikan kepada responden.

b. Data Skunder

Data sekunder merupakan data yang diolah, disimpan, disajikan dalam bentuk format tertentu yang dilakukan oleh pihak tertentu dan kegunaannya untuk suatu kepentingan. Data sekunder yang terkandung

dalam ketidakaslian informasinya karena telah diolah untuk kepentingan tertentu. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari jurnal, studi kepustakaan, dan informasi yang peneliti temukan pada internet.

2. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini yaitu:

a. Observasi

Dalam penelitian ini yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang sedang di teliti. Dengan penelitian secara langsung dilokasi penelitian Klinik Kecantikan Debeautic di Bogor.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan, membaca dan menganalisis informasi yang diperoleh melalui dokumen tertulis dan elektronik yang berfungsi sebagai pendukung guna melengkapi informasi lainnya.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan cara mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden kemudian diisi oleh responden.

3. Teknik Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner. Pada penelitian ini menggunakan dengan metode skala likert dalam penlitian Menurut Sugiyono (2022:93) skala likert dipergunakan untuk mengukur suatu sikap, persepsi dan pendapat seseorang pada responden penelitian menyangkut fenomena sosial yang terjadi, pada

fenomena sosial ini telah ditetapkan oleh peneliti yang disebut variabel penelitian. Variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk Menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan maupun pernyataan. Secara umum penilaian memiliki kategori yang digunakan pada skala likert yaitu 1 sampai 5 yang memiliki nilai mulai dari sangat positif hingga negatif. Penilaian dengan skor pada masing-masing instrument pernyataan dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 8
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 (2022:94)

4. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah pengolahan data yang mendeskripsikan sampel atau populasi yang dikumpulkan kemudian dibuat kesimpulan, Darwin et al. (2021:168). Analisis penelitian ini menggunakan perhitungan rata – rata tertimbang, berikut merupakan rumus rata – rata tertimbang yang digunakan:

$$W = \frac{WiXi}{n}$$

Keterangan :

W : Rata – rata tertimbang

Wi : Nilai bobot

Xi : Frekuensi

N : Jumlah responden

Distribusi frekuensi merupakan penyusunan data dari yang terkecil sampai terbesar atau berdasarkan kelompok atau kategori. Distribusi frekuensi dapat memudahkan untuk membaca dan memahami informasi. Persentase frekuensi dari masing – masing item kuesioner harus dihitung untuk diklasifikasikan setiap variabel yang dianalisis dalam proses pendistribusian frekuensi. Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk menghitung interval kelas penelitian ini:

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

Keterangan:

Rs : Rentang Skala

Skor Tertinggi : 5 (skor instrument penilaian kuesioner)

Skor Terendah : 1 (skor instrumen penilaian kuesioner)

Jumlah Skala : 5

Berikut merupakan interval kelas penelitian ini:

Tabel 9
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: Darwin et al (2021:168)

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM (Structural Equation Modelling) yang dijalankan melalui program SmartPLS 3.2.9. Structural Equation Modelling (SEM) adalah ketentuan ilmiah yang mengkombinasikan pendekatan ekonometrika yang memiliki fokus pada perkiraan dan psychometrika yang digunakan untuk menggambarkan model konseptual dengan variabel laten yang diukur melalui indikator-indikator (Ghozali, 2021:2).

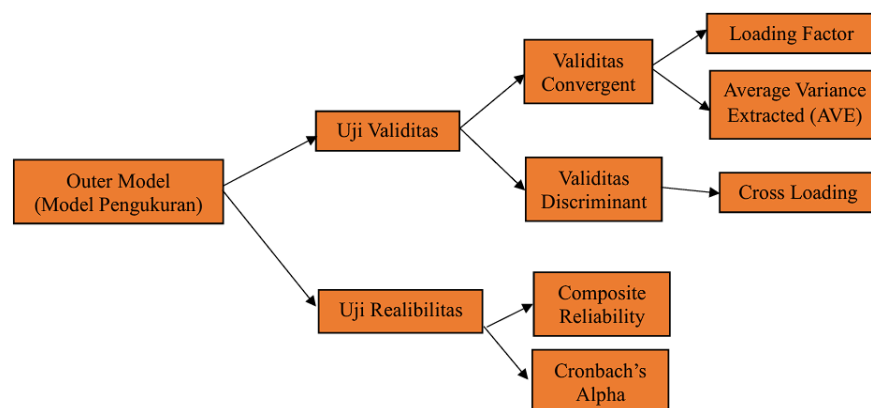
Menurut Ghozali (2021:67—71), dalam mengevaluasi model pada SEM-PLS dengan SmartPLS 3.2.9 dapat diterapkan dengan analisis faktor konfirmatory atau Confirmatory Factor Analysis (CFA) untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk laten. Setelah itu, dilanjutkan dengan melakukan evaluasi model struktural dan uji signifikansi guna menguji pengaruh antarkonstruk atau variabel.

Pada suatu penelitian, pernyataan dari kuesioner dapat diterima jika memenuhi syarat pengujian. Evaluasi model SEM - PLS diimplementasikan dengan melakukan 2 (dua) penilaian yaitu sebagai berikut.

1. 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). Evaluasi model pengukuran (outer model) dilakukan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas. Outer model yang dilengkapi dengan indikator reflektif dievaluasi menggunakan validitas convergent dan discriminant dari indikator yang membentuk konstruk laten, serta composite reliability dan cronbach's alpha untuk setiap blok indikator.

Adapun dapat dilihat evaluasi model pengukuran dengan indikator reflektif pada gambar berikut.



Sumber: Ghozali (2021: 67 – 71)

Gambar 5
Diagram Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu survei. Apabila pernyataan pada kuesioner memberikan informasi tentang apa yang diukur, maka kuesioner tersebut dianggap valid.

1) Validitas Convergent

Mengevaluasi validitas convergent dari indikator reflektif pada program smartPLS 3.2.9 dapat dilihat dengan nilai loading factor di masing-masing indikator. Untuk pedoman umum, pada penilaian validitas convergent dapat menggunakan nilai *loading factor* harus lebih dari 0,7 penelitian yang memiliki sifat *confirmatory*, dan antara 0,6 – 0,7 penelitian yang memiliki sifat *exploratory*. Dan terdapat nilai *Average Variance Extractred* (AVE) harus lebih besar dari $>0,5$.

2) Validitas Discriminant

Validitas discriminant terkait dengan prinsip bahwa ukuran konstruk yang berbeda tidak diperbolehkan untuk memiliki korelasi yang kuat. Dalam pengujian validitas discriminant digunakan indikator reflektif yaitu dengan melihat nilai *cross loading*, setiap variabel harus lebih besar dari 0,7.

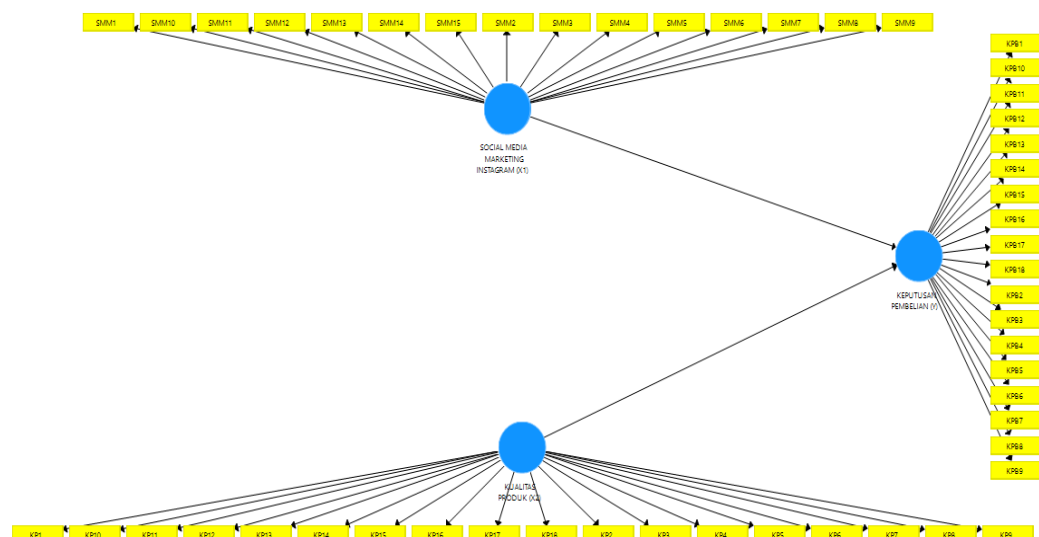
b. Uji Realibilitas

Pengujian Reliabilitas untuk menunjukkan, konsistensi, keakuratan, dan ketepatan instrumen dalam struktur pengukurannya. Terdapat dua cara yang mampu digunakan untuk pengukuran reliabilitas pada suatu konstruk menggunakan indikator reflektif yaitu menggunakan

cronbach's alpha dan *composite reliability*. Hal yang menjadi pedoman umum untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai *composite reliability* memiliki nilai yang lebih besar dari 0,7 pada penelitian yang memiliki sifat *confirmatory* dan penelitian yang bersifat *exploratory* memiliki nilai antara 0,6-0,7. Sedangkan pada pedoman umum untuk dapat menilai reliabilitas konstruk pada *cronbach's alpha* memiliki nilai lebih besar dari 0,7 dapat diterima pada penelitian yang memiliki sifat *confirmatory*, dan memiliki nilai lebih besar 0,6 masih dapat diterima pada penelitian yang memiliki sifat *exploratory*.

2. 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 6
Model Struktural (Inner Model)

a. R-Square

R-Square Pada evaluasi model struktural yang menggunakan Partial Least Square (PLS), ialah dimulai dengan nilai R-Square pada masing-masing variabel laten endogen dalam peran kekuatan dari perkiraan model struktural. Secara structural perubahan nilai R-Square menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Jika R-Square yg memiliki nilai 0,75 dapat diindikasikan sebagai model yang kuat, jika R-Square yang memiliki nilai 0,50 dapat diindikasikan sebagai model yang sedang, dan jika R-Square yang memiliki nilai 0,25 dapat diindikasikan sebagai model yang lemah. Semakin tinggi nilai yang dimiliki, maka semakin baik juga model prediksi dan penelitian yang diajukan.

b. Uji hipotesis (*Bootstrapping*)

Pada SmartPLS 3.2.9 menyediakan metode resampling bootstrap. Model ini dapat dievaluasi dengan melihat nilai yang signifikansi gunanya untuk mengetahui antar variabel yang berpengaruh pada penggunaan teknik bootstrapping. Untuk menentukan signifikansi digunakan pada nilai p-value (one-tailed). Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi p-value memiliki nilai sebesar 0,05 (5%) dan t-statistic memiliki nilai $>1,66$.

1) Nilai Signifikansi (p-value)

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

Jika nilai $p\text{-value} > 0,05$, maka dianggap pengaruh variabel tidak signifikan.

2) Nilai Uji t

Jika nilai $t\text{-statistic} > 1,66$, maka pengaruh variabel signifikan.

Jika nilai $t\text{-statistic} < 1,66$, maka pengaruh variabel tidak signifikan.

Dalam mempermudah peneliti untuk mengevaluasi model, maka dapat dilihat ringkasan pedoman umum evaluasi model pengukuran dan struktural pada tabel sebagai berikut.

Tabel 10
Ringkasan Pedoman Umum
Evaluasi Model Pengukuran dan Struktural

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb
Validitas Convergent	Loading Factor	$>0,70$
	Average Variance Extraced (AVE)	$>0,50$
Validitas Discriminant	Cross Loading	$>0,70$
Realibilitas	Crobanch's Alpha	$>0,70$
	Composite Realiability	$>0,70$
R-square		$>0,75$ (kuat)
		$>0,50 - 0,74$ (sedang)
		$>0,25 - 0,49$ (lemah)
Signifikasi (one-tailed)	p-value signifikan level 5% (0,05)	$>1,66$

Sumber: Ghazali (2021:67-71)

H. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian merupakan perencanaan dan pelaksanaan kerja selama penelitian dibuat. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan terhitung waktu selama delapan bulan, mulai dari Juli 2024 hingga Februari 2025, adapun tabel jadwal penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

