

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2020:2) merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat dua jenis metode dalam penelitian yaitu kualitatif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020:9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang ilmiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Menurut Sugiyono (2020:20) perumusan masalah dapat diklasifikasikan dalam tiga jenis berdasarkan bentuknya, yaitu deskriptif, asosiatif, komparatif. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua

variabel atau lebih, baik hubungannya yang bersifat korelasional maupun kausal.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara online melalui platform TikTok dengan menasar pengguna yang berdomisili di Kota Bogor, yang mencakup wilayah Kecamatan Bogor Barat, Kecamatan Bogor Selatan, Kecamatan Bogor Tengah, Kecamatan Bogor Timur, Kecamatan Bogor Utara, dan Kecamatan Tanah Sareal. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret hingga Juli 2025.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Endogen (Dependen)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2020:39). Variabel dependen (endogen) pada penelitian ini yaitu:

a. *Purchase intention*

Menurut Saputri & Sidanti (2022:4) *purchase intention* adalah keinginan yang muncul pada diri seorang terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen terhadap suatu produk.

2. Variabel Eksogen (Independen)

Variabel independen atau variabel bebas menurut Sugiyono (2020:39) merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen (eksogen) pada penelitian ini sebagai berikut:

a. *Brand awareness*

Menurut Purwianti et al., (2023:236) *Brand awareness* adalah kapabilitas sebuah *brand* dengan membuat pelanggan dapat mengingat *brand* tersebut dan dapat menjadi pilihan utama dalam kebutuhannya.

b. *Influencer marketing*

Menurut Agustin & Amron (2022:51) *influencer marketing* adalah suatu strategi dalam kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial sebagai tempat promosi dengan menggunakan seseorang yang diyakini dapat berpengaruh bagi orang lain yang mengikutinya.

D. Operasional Variabel

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

Tabel 7
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Kode Indikator	Pengukuran
<i>Purchase Intention</i> (PI)	Kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk setelah melalui proses pengamatan, pembelajaran, dan evaluasi terhadap produk tersebut.	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif	PI1 PI2 PI3 PI4	<i>Skala Likert</i>
<i>Brand Awareness</i> (BA)	Kemampuan konsumen untuk mengenali, mengingat, dan mengidentifikasi suatu merek dengan kategori produk tertentu, sehingga merek tersebut menjadi salah satu pertimbangan utama dalam kebutuhannya.	1. <i>Brand Recall</i> 2. <i>Brand Recognition</i> 3. <i>Top of Mind</i>	BA1 BA2 BA3	<i>Skala Likert</i>
<i>Influencer Marketing</i> (IM)	Strategi pemasaran digital yang memanfaatkan individu berpengaruh di media sosial untuk mempromosikan produk atau jasa, membangun kepercayaan, dan mendorong minat beli konsumen.	1. <i>Visibility</i> (Visibilitas) 2. <i>Credibility</i> (Kredibilitas) 3. <i>Attractiveness</i> (Daya Tarik) 4. <i>Power</i> (Kekuatan)	IM1 IM2 IM3 IM4	<i>Skala Likert</i>

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2020:80). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Generasi Z pengguna TikTok yang pernah membeli produk parfum Scarlett, dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu Sugiyono (2020:81).

Dalam pemilihan sampel, penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* yang berarti tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Metode pengambilan sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah *purposive sampling* karena jumlah populasi yang sangat banyak dan tidak diketahui pasti jumlahnya. Menurut Sugiyono (2020:85) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sehingga penelitian ini menentukan sampel dengan kriteria berupa:

- a. Berusia 15 hingga 28 tahun.
- b. Berdomisili di Bogor.
- c. Pengguna aktif platform TikTok yang pernah membeli produk parfum Scarlett.

Pengambilan sampel dilakukan melalui *online survey* dengan menggunakan *google form*. Menurut Hair et al., (2022) menghitung ukuran sampel dalam PLS-SEM jumlah sampel harus 5-10 kali jumlah indikator pada tingkat signifikansi *alpha* 5%. Dalam penelitian ini, menggunakan 11 (sebelas) indikator, maka penentuan ukuran sampel yaitu:

$$9 \times \text{jumlah indikator}$$

$$9 \times 11 = 99$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 99 responden. Diperkuat Ghazali & Kusumadewi (2023:29), yang mengatakan bahwa PLS-SEM tidak menuntut sampel dalam jumlah besar. Minimal direkomendasikan antara 30 sampai 100 kasus. Sehingga berdasarkan hal tersebut, jumlah sampel yang akan diambil yaitu 99 responden dianggap cukup dalam penelitian ini.

F. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini, menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Hardani et al. (2020:247) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket, observasi, wawancara dan lain-lain.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari orang lain, kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman atau pustaka.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden. Dalam memperoleh data sekunder, berasal dari berbagai sumber seperti artikel, buku, jurnal, dan karya ilmiah yang berhubungan dengan variabel-variabel dalam penelitian untuk dapat dijadikan pedoman dalam penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

- a. Kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab oleh mereka.
- b. Dokumentasi, ialah catatan peristiwa yang sudah berlalu, yang berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang, yang digunakan untuk mendukung kelengkapan informasi dalam penelitian.

3. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data pada penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono (2020:93). Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur

dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Dalam penyebaran kuesioner, peneliti menggunakan skala *likert* dengan katerogi penilaian 1-5 dan skor penilaian untuk setiap nomor ditunjukkan dalam tabel 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 (2020:93)

4. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menurut Sugiyono (2020:147) adalah 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 terimbang. 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 terimbang

Wi = Nilai Bobot

Xi = Frekuensi

n = Jumlah Responden

Distribusi frekuensi merupakan proses pengelompokan data ke dalam daftar berdasarkan interval kelas atau kategori tertentu. Dalam proses ini, dilakukan perhitungan persentase frekuensi dari setiap item pernyataan pada kuesioner. Tujuannya adalah untuk memeriksa keakuratan data yang telah diinput serta mengklasifikasikan masing-masing variabel yang akan dianalisis. Rumus yang digunakan untuk menghitung interval kelas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Rs = Rentang Skala

Skor Tertinggi = 5 (skor dalam instrumen penelitian kuesioner)

Skor Terendah = 1 (skor dalam instrumen penelitian kuesioner)

Jumlah Skala = 5

Adapun interval kelas dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

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: Riyanto & Hatmawan (2020:54)

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan mengelompokkan data dari seluruh responden berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan Sugiyono (2020:147).

Pada penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang diolah melalui bantuan perangkat lunak *Smartpls* versi 4. *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah metode statistik yang menggabungkan analisis faktor dan analisis regresi untuk menganalisis hubungan struktural antara variabel yang bersifat laten (tidak dapat diukur secara langsung) dan diukur secara tidak langsung melalui beberapa variabel indikator Hair et al. (2022:4).

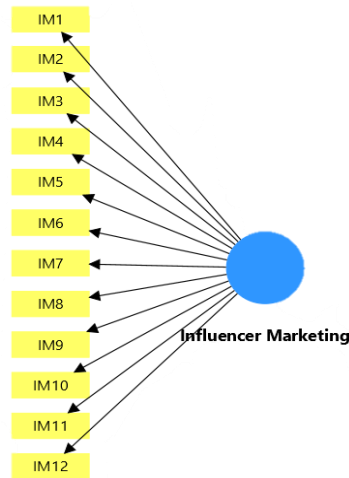
Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) – *Partial Least Square* (PLS) yang merupakan varian SEM yang berfokus pada prediksi variabel laten. Dalam evaluasi model SEM-PLS dengan SmartPLS 4 dapat dilakukan dengan menilai hasil pengukuran model

(*meansurement model*) yaitu melalui analisis faktor konfirmasi atau *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk laten. Kemudian, model struktural dan uji signifikansi digunakan untuk mengevaluasi pengaruh signifikan dan model struktural.

Pemodelan dalam *PLS-path Modeling* ada 2 model yaitu *Model Measurement (Outer Model)* dan *Model Structural (Inner Model)* Sihombing & Arsani (2022:2). *Model Measurement (Outer Model)* yaitu model yang menghubungkan indikator dengan variabel latennya, sedangkan *Model Structural (Inner Model)* yaitu model struktural yang menghubungkan antar variabel laten. Adapun kriteria uji dilakukan pada kedua model tersebut adalah sebagai berikut:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) bertujuan untuk mengevaluasi tingkat validitas dan reliabilitas. Dalam PLS-SEM tahapan ini dikenal dengan uji validitas konstruk. Pengujian validitas konstruk dalam PLS-SEM terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan Hamid & Anwar (2019:41).



Sumber: Data Primer Penelitian, diolah tahun 2025

Gambar 9
Indikator Reflektif dan Gambaran *Outer Model*

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.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan apakah data yang didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak.

1) *Convergent Validity*

Convergent validity berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas indikator reflektif dengan program SmartPLS dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Aturan untuk menilai validitas konvergen adalah 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 Hamid & Anwar (2019:41).

2) ***Discriminant Validity***

Nilai *cross loading* faktor dalam *discriminant validity* berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan konstruk yang lain. Selain itu, juga dapat membandingkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Dalam menguji validitas *discriminant* menggunakan indikator reflektif, dapat menentukan apakah nilai *cross loading* masing-masing variabel $>0,7$ Sihombing & Arsani (2022:3).

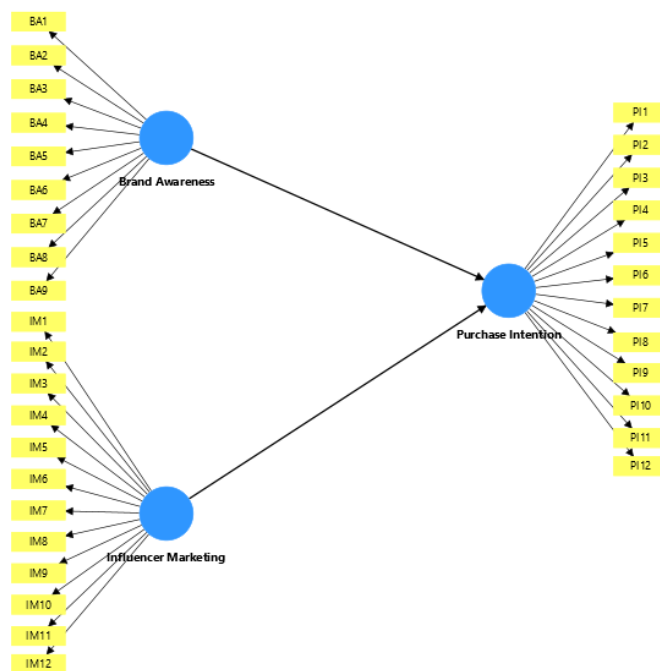
b. **Uji Reliabilitas**

Dalam PLS-SEM selain pengujian validitas juga dilakukan pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk

membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Mengukur reliabilitas 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 0,6 – 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 Hamid & Anwar (2019:42).

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model adalah model struktural yang menghubungkan antar variabel laten. Berdasarkan nilai koefisien jalur untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel laten dengan perhitungan *bootstrapping*.



Sumber: Data diolah oleh peneliti tahun 2025

Gambar 10
Inner model

a. R-Square

Nilai *R-square* adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut Hair et al., (2022), nilai *R-square* sebesar 0,75 dapat diindikasikan sebagai model yang kuat, nilai *R-square* 0,50 dapat diindikasikan sebagai model yang sedang, dan nilai *R-square* 0,25 dapat diindikasikan sebagai model yang lemah. Koefisien determinasi (*R-square Adjusted*) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel yang mempengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*.

b. Q-Square

Q-Square Predictive relevance pada model struktural digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dapat diprediksi oleh model. Menurut Hair et al., (2022:178) jika nilai $Q^2 > 0$ pada suatu konstruk laten endogen, maka model PLS memiliki *predictive relevance* untuk konstruk tersebut, sebaliknya, jika $Q^2 < 0$, maka model dianggap tidak memiliki *predictive relevance*. Nilai Q^2 dapat diperoleh melalui prosedur blindfolding pada software SmartPLS.

c. Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Pada SmartPLS hanya disediakan metode *resampling bootstrap*. Model ini merupakan model yang dievaluasi dengan melihat nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Nilai signifikansi yang digunakan ialah *one-tailed* (jika di hipotesis ada arah hubungan misal pengaruh positif) di mana pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi *p-value* senilai 0,05 (5%) dan *t-statistic* > 1.66 .

1) Nilai Signifikansi (*p-value*)

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

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

2) Nilai Uji t

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

Jika nilai *t-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
<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>	$>0,70$
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	$>0,70$
	<i>Composite Reliability</i>	$>0,70$
<i>R-square</i>		$>0,75$ (kuat)
		$>0,50$ (sedang)
		$>0,25$ (lemah)
<i>Predictive Relevance</i>	<i>Q-Square (Q²)</i>	$Q^2 > 0$: Model memiliki <i>predictive relevance</i>
		$Q^2 < 0$: Model kurang memiliki <i>predictive relevance</i>
Signifikansi (<i>one-tailed</i>)	<i>p-value</i> signifikan level 5% (0,05)	$>1,66$

Sumber: Ghozali & Kusumadewi (2023:67)