

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah cara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu Sugiyono (2013:2). Maka dari itu, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, seperti cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Kegiatan penelitian didasari pada ciri-ciri keilmuan, seperti rasional, empiris, dan sistematis. Maka, penelitian harus dilakukan dengan cara yang masuk akal oleh penalaran manusia, didasarkan pada logika serta tidak berdasarkan spekulasi yang tidak jelas. Ciri-ciri tersebut berarti bahwa penelitian dilakukan dengan cara yang tepat dan menggunakan data. Sistematis berarti bahwa penelitian harus dilakukan dengan langkah-langkah yang jelas.

Pendekatan penelitian terdapat tiga penelitian, yaitu kualitatif, kuantitatif, dan metode campuran. Dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang dikumpulkan berupa angka-angka dan analisis yang dilakukan menggunakan statistik, guna mendapatkan hasil signifikan secara parsial terkait variabel yang diteliti. Kuantitatif merupakan metode berlandaskan filsafat *positivisme* yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan berdasarkan pengumpulan data menggunakan instrument

penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik Sugiyono (2013:8).

Metode penelitian terbagi menjadi tiga (3), yaitu deskriptif, komparatif, dan asosiatif. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk menemukan hubungan atau korelasi antar dua atau lebih variabel yang memiliki kaitan satu sama lain untuk menemukan hubungan sebab-akibat. Digunakan dalam penelitian ini untuk menemukan hubungan antara variabel Sugiyono (2013:36).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Bogor pada bulan Maret – Juli tahun 2025.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, variabel-variabel tersebut memiliki hubungan sebab-akibat yang terkait dengan variabel independent dan dependen Abdullah et al., (2022:53).

1. Variabel Endogen (Dependen)

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat dari variabel independent (variabel bebas) Sahir (2021:17)

Berikut variabel endogen (dependen) pada penelitian ini:

Purchase Intention

Menurut Hendri & Budiono, (2021:373) *purchase intention* merupakan emosi yang terbentuk karena adanya rangsangan ketertarikan pada suatu produk sehingga mendorong minat untuk membeli produk tersebut.

2. Variabel Eksogen (Independen)

Variabel independent atau bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan berubahnya atau munculnya suatu variabel dependen (variabel terikat) Sahir (2021:16) Berikut variabel eksogen (indipenden) pada penelitian ini:

a. *Brand Trust*

Menurut Rahmawati & Untarini, (2023:567) *brand trust* adalah perasaan percaya tanpa ragu yang dimiliki pelanggan pada suatu *brand* tertentu sehingga memberikan efek positif yang pada akhirnya memunculkan keinginan untuk membeli.

b. *E-WOM*

Menurut Mawaddah & Samsudin, (2024:4898) E-WOM atau *electronic word of mouth* ialah media komunikasi untuk saling berbagi informasi suatu produk yang dapat berupa pernyataan positif dan negatif melalui media sosial atau internet sehingga dapat diakses oleh banyak orang.

D. Operasional Variabel

Berikut operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 7
Operasional Tabel

Variabel	Definisi	Indikator	Kode Indikator	Pengukuran
<i>Purchase Intention</i> (PI)	<i>Purchase intention</i> merupakan keinginan atau rencana seseorang untuk membeli produk The Originote karena perasaan tertarik pada produk tersebut sehingga mendorong minat untuk membeli <i>skincare</i> The Originote di masa yang akan datang.	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif	PI1 PI2 PI3 PI4	<i>Skala Likert</i>
<i>Brand Trust</i> (BT)	<i>Brand trust</i> merupakan kepercayaan dan keyakinan yang diberikan konsumen kepada <i>brand skincare</i> The Originote bahwa merek tersebut telah memenuhi nilai dan manfaat yang dijanjikan pada konsumen.	1. Kredibilitas 2. Kompetensi Merek 3. Nilai Merek 4. Reputasi Merek	BT1 BT2 BT3 BT4	<i>Skala Likert</i>
<i>Electronic Word of Mouth</i>	<i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> adalah <i>online review</i>	1. <i>Intensity</i> 2. <i>Valence of Opinion</i>	EWOM1 EWOM2	<i>Skala Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	Kode Indikator	Pengukuran
(E-WOM)	konsumen <i>skincare</i> The Originote baik positif maupun negatif berdasarkan pengalamannya untuk memberi informasi pada konsumen baru yang memiliki minat untuk membeli produk <i>skincare</i> The Originote	3. <i>Content</i>	EWOM3	

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah cakupan wilayah yang menjadi objek atau subjek penelitian dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan sumber data penelitian dan dianalisis guna mendapatkan kesimpulan Amruddin et al., (2022:93). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *skincare* di Kota Bogor yang tidak diketahui pasti jumlah populasinya.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian atau yang mewakili seluruh populasi yang diteliti. Bila populasi besar dan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut Pasaribu et al., (2022:49).

Menurut Iba & Wardhana, (2023:168) sampel adalah bagian atau kelompok yang lebih kecil dari populasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode *algorithm* dengan *path* atau structural *weighting*, dan pada PLS-SEM tidak menuntut sampel dalam jumlah besar, minimal direkomendasikan sebanyak 30 sampel dan paling besar 100 sampel Ghozali & Kusumadewi, (2023:29).

Teknik pengambilan sampel terbagi menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Di penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Pada teknik *non-probability* meliputi sampling sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh, *snowball* sampling, dan *judgemental* Pasaribu et al., (2022:56). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan kriteria mengetahui *brand skincare* The Originote. *Purposive sampling* merupakan penentuan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap relevan dengan penelitian Iba & Wardhana, (2023:176).

Menghitung sampel dalam SEM-PLS menurut Hair et al., (2021:6) menyarankan bahwa ukuran sampel minimal 5-10 dikali jumlah indikator dengan tingkat signifikansi *alpha* 5% dan jumlah maksimal sampel 100. Berdasarkan jumlah indikator peneliti, yaitu sebanyak 11, maka perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini

ialah 9 dikali jumlah variabel indikator ($9 \times 11 = 99$). Berdasarkan perhitungan rumus tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 (sembilan puluh sembilan) sampel yang merupakan para pengguna *skincare* di Kota Bogor sebagai responden.

F. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, tanpa melalui perantara dengan pengumpulan data berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden, sedangkan data sekunder merupakan data pendukung berupa data tertulis yang didapat secara tidak langsung melalui jurnal, buku, dokumen, atau artikel yang terkait dengan topik pada penelitian ini Abdullah et al., (2022:62).

Data primer dalam penelitian ini didapat secara langsung melalui kuesioner yang dibagikan oleh peneliti kepada responden yang mengetahui *brand skincare* The Originote, sementara data sekunder dijadikan sebagai data pendukung yang berhubungan dengan variabel-variabel dalam penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan dokumen tertulis dan elektronik seperti buku dan jurnal, dipilih sesuai dengan masalah penelitian sebelum dianalisis.
- b. Kuesioner, yaitu mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden secara langsung.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur pendapat dan persepsi seseorang yaitu *skala likert*. Menurut Abdullah et al., (2022:69) *skala likert* merupakan alat pengukuran mengenai pendapat, sikap, persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Variabel yang akan diukur menggunakan *skala likert* diubah menjadi indikator variabel yang dijadikan acuan dalam pengembangan instrumen berupa pernyataan maupun pertanyaan. Dalam penyebaran kuesioner, peneliti menggunakan *skala likert* dengan katagori nilai dari 1-5, dimana setiap angka mewakili tingkat penilaian tertentu yang tertera pada 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: Pasaribu et al., (2022:80)

3. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menurut Zulfikar et al., (2024:94) merupakan metode menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menyajikan data sebagaimana dikumpulkannya tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis metode perhitungan rata-rata tertimbang dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

W : Rata-rata tertimbang

Wi : Nilai bobot

Xi : Frekuensi

n : Jumlah Responden

Distribusi frekuensi merupakan tabel atau grafik yang memuat pengelompokkan data atau katagori tertentu untuk menyederhanakan data yang acak. Dalam proses distribusi frekuensi, diperlukannya menghitung presentase frekuensi dari masing-masing item pernyataan kuesioner untuk diklasifikasikan setiap variabel yang di analisis. Berikut rumus perhitungan interval kelas pada penelitian ini:

$$Rs = \frac{Skor\ tertinggi - Skor\ terendah}{Jumlah\ skala}$$

Keterangan:

Rs : Rentang skala

Skor tertinggi : 5 (skor dalam instrument penilaian kuesioner)

Skor terendah : 1 (skor dalam instrument penilaian koesioner)

Jumlah skala : 5

Berikut interval kelas pada penelitian ini:

Tabel 9
Interval Kelas

No	Skor (Nilai)	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

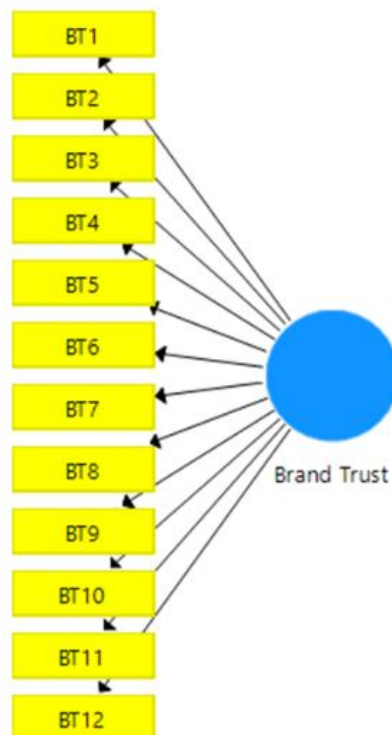
Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM (*Structural Equating Modeling*) melalui program *SmartPLS* 4.0.0. SEM (*Structural Equating Modeling*) merupakan teknik statistik yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur hubungan antar variabel dan menganalisis hubungan antar variabel tersebut hingga menghasilkan kesimpulan Ghozali & Kusumadewi, (2023:32).

Evaluasi model dalam SEM (*Structural Equating Modeling*) menggunakan program *SmartPLS* 4.0.0 pengukuran model (*measurement*

model) dapat dilakukan dengan menilai hasil pengukuran model melalui analisis faktor konfirmatory atau *confirmatory factor analysis* (CFA), yang meliputi pengujian validitas dan reliabilitas. Menurut Ghozali & Kusumadewi, (2023:32) dalam evaluasi model *structural* dan pengujian signifikansi untuk menguji pengaruh antar variabel. Evaluasi model SEM-PLS dibagi menjadi dua (2), yaitu:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dalam PLS-SEM dikenal dengan uji validitas konstruk yang terdiri dari validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas Syahrir (2019:75)



Sumber: Data Primer Penelitian, diolah tahun 2025

Gambar 11
Indikator *Reflektif* dan Gambaran *Outer Model*

Pada *outer* model dengan indikator reflektif, validitas di uji melalui validitas *convergent* dan validitas *discriminant* untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang membentuk konstruk laten sudah merepresentasikan konstruk tersebut, sementara reliabilitas diukur menggunakan *composite reliability* dan *cronbach's alpha* untuk menilai konsistensi dari indikator-indikator dalam satu konstruk. Maka, evaluasi model pengukuran memastikan bahwa setiap indikator valid dan reliabel dalam mengukur variabel laten yang diteliti.

a. Uji Validitas

Mengukur valid atau tidak validnya suatu survei. Butir pernyataan pada kuesioner akan dikatakan valid jika berhasil memberikan informasi tentang apa yang diukur.

1) Validitas *Convergent*

Dalam SmartPLS, pengujian ini berdasarkan korelasi antar skor indikator dengan skor variabel latennya, dengan kriteria nilai *loading factor* yang digunakan sebaiknya lebih dari 0.7 untuk penilaian yang bersifat *confirmatory* dan 0.6 – 0.7 dalam penelitian yang memiliki sifat eksploratori. Validitas *convergent* ditentukan berdasarkan nilai *average variance extracted* (AVE) dan dianggap valid apabila lebih dari 0.5 sehingga dikatakan memiliki *discriminant validity*.

2) Validitas *Discriminant*

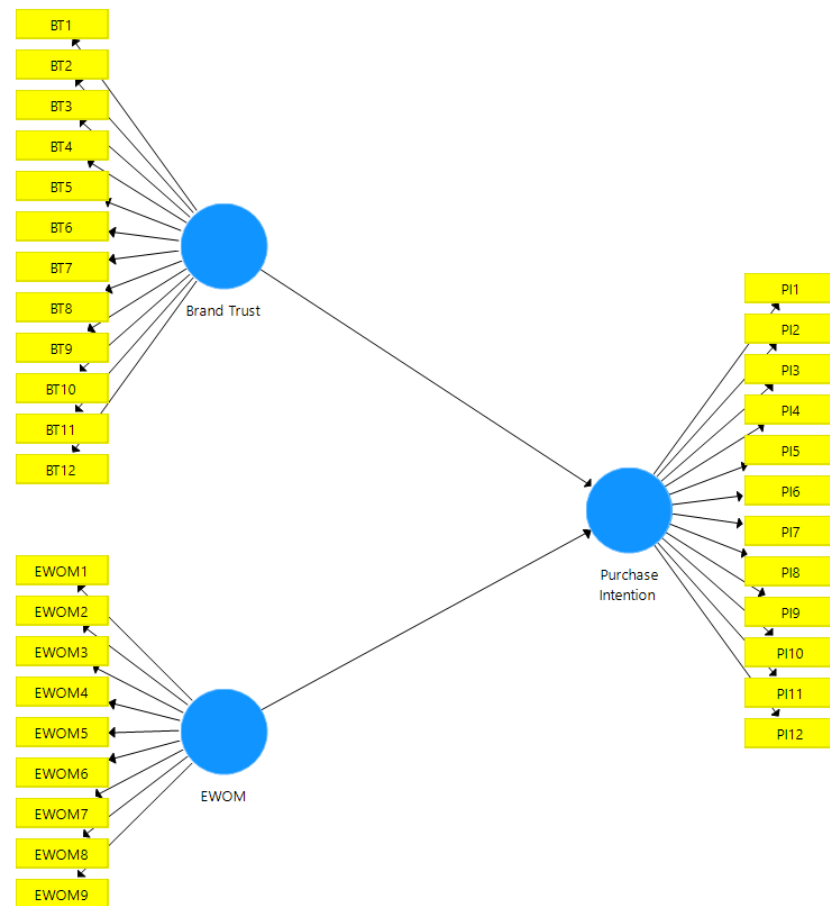
Pengujian *discriminant validity* dapat dilihat dari nilai *cross loading* yang harus lebih besar dari 0.7. Apabila *cross loading* setiap indikator pada variabel yang diukur lebih besar dari nilai *cross loading* pada variabel laten lainnya, maka dapat dikatakan *valid*.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan keakuratan, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Terdapat dua cara dalam mengukur reliabilitas suatu konstruk menggunakan indikator reflektif, yaitu dengan menggunakan *composite reability* atau *cronbachs alpha*. Secara umum, untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai *composite reability* dan *cronbachs alpha* harus lebih besar dari 0.7 dalam penelitian bersifat konfirmatori, sedangkan nilai 0.6 – 0.7 dapat diterima dalam penelitian bersifat eksploratori. Pada penelitian ini peneliti menggunakan sifat *confirmatory*.

2. Evaluasi Model Structural (*Inner Model*)

Evaluasi model structural (*inner model*) digunakan untuk memperkirakan hubungan sebab-akibat antara variabel laten.



Sumber: Data Primer Penelitian, diolah Tahun 2025

Gambar 12
Inner Model

a. R-Square

Evaluasi model structural (*inner model*) menggunakan SmartPLS, dimulai dari melihat nilai R-Square untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model *structural*. Pengaruh signifikan variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen dapat dievaluasi melalui perubahan nilai *R-Square*. Nilai *R-Square* 0.75 kuat, 0.50 moderate, dan 0.25 lemah. Tingginya nilai R-Square, maka semakin baik model prediksi dari penelitian yang diajukan.

b. *Q-Square* (Q^2)

Dalam SmartPLS diperoleh dari proses analisis *blindfolding* untuk mendapatkan nilai dari *construct cross-validated redundancy*. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa variabel-variabel konstruk eksogen memiliki *predictive relevance* untuk variabel konstruk endogen, sedangkan $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Jika nilai Q^2 memiliki *predictive relevance*, maka dapat dikelompokkan sebagai *predictive relevance* lemah (0,02) sedang (0,15) atau kuat (0,35). Hair et al., (2017:207)

c. Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Pada SmartPLS hanya terdapat metode *resampling bootstrap*. Model ini dievaluasi dengan memeriksa nilai signifikansi guna memahami pengaruh antar variabel dengan menggunakan teknik *bootstrapping*. Dalam pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan *one tailed* dengan tingkat signifikansi *p-value* 0.05 (5%). Menurut Fitri et al., (2023:71) untuk mengetahui suatu hipotesis diterima atau ditolak, digunakan nilai *t-statistic* dari tabel distribusi t (t-tabel) yang diperhitungkan dari jumlah sampel – jumlah variabel. Maka perhitungan df dalam penelitian ini ialah (99 – 3= 96). Berdasarkan perhitungan rumus tersebut, nilai df dalam penelitian ini ialah 96. Maka, berdasarkan hasil perhitungan rumus tersebut dan tabel distribusi t (t-tabel) dengan *p-value* 0.05 (5%), nilai *t-statistic* dalam penelitian ini ialah > 1.66 . Maka, jika nilai *t-*

statistik hasil analisis lebih besar dari 1.66, pengaruh variabel dianggap signifikan dan hipotesis dapat diterima.

1) Nilai signifikansi

Nilai $p\text{-value} < 0,05$ dianggap pengaruh variabel signifikan.

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

2) Nilai uji t

Nilai $t\text{-statistic} > 1,66$ dianggap pengaruh variabel signifikan.

Nilai $t\text{-statistic} < 1,66$ dianggap pengaruh variabel tidak signifikan.

Tabel berikut ialah tabel rangkuman guna membantu peneliti dalam mengevaluasi model.

Tabel 10
Rangkuman Pendoman Umum
Evaluasi Model Pengukuran dan Structural

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb
<i>Validitas Convergent</i>	<i>Loading Factor</i>	$>0,70$
	<i>Average Variance Extracted</i>	$>0,50$
<i>Validitas Discriminant</i>	<i>Cross Loading</i>	$>0,70$
Realibilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	$>0,70$
	<i>Composite Reliability</i>	$>0,70$
R-Square		0,75 (kuat)
		0,50 (sedang)
		0,25 (lemah)
Q^2	Memiliki <i>predictive relevance</i>	0,02 (kecil)
		0,15 (sedang)
		0,35 (besar)
	Tidak memiliki <i>predictive relevance</i>	< 0
Signifikasi (<i>one-tailed</i>)	P-value signifikasi level 5% (0.05)	$>1,66$