

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Desain Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Dalam pendekatan kuantitatif, hakikat hubungan antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif. Menurut Sugiyono (2020), metode kuantitatif merupakan suatu data yang memiliki bentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan.

#### **B. Lokasi/Objek dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini melibatkan objek produk kosmetik khususnya produk dari Wardah dan penggunaanya yaitu orang berstatus perempuan terutama mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. Dimana penelitian ini dilakukan di kawasan sekitar daerah Malang terutama di Universitas Muhammadiyah Malang. Tempat sekitar Universitas Muhammadiyah ini pasti sangat banyak anak muda yang tinggal, sehingga lokasi ini sangat cocok untuk meneliti objek penelitian saya mengenai penggunaan produk kosmetik Wardah di Kota Malang.

#### **C. Populasi, Sampel, dan Sampling**

Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti yang dimana pada akhirnya

dapat ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Wardah di Kota Malang yang berfokus pada mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang mulai dari angkatan 2020 sampai dengan angkatan 2023 yang berjumlah > 50.000 mahasiswa.

Menurut Sugiyono, (2020) sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik sampling menurut Sugiyono, (2020) adalah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling* dalam menentukan narasumber data. Menurut Sugiyono (2019) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan, artinya siapa saja konsumen produk kosmetik Wardah yang sengaja atau tidak sengaja bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel jika konsumen tersebut bersedia dan sesuai dengan kriteria sebagai sumber data.

Teknik *accidental sampling* yang digunakan dalam penelitian ini dapat membantu peneliti dalam menemukan populasi yang tidak diketahui secara pasti dan sesuai dengan kriteria penelitian. Kriteria sampel yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Seorang mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang.
- 2) Wanita berumur > 18 tahun.
- 3) Mengetahui atau memiliki niat untuk membeli produk kosmetik Wardah.

Pertimbangan diatas, maka dapat digunakan sebagai sampel jika konsumen tersebut bersedia dan sesuai dengan kriteria sebagai sumber data. Dengan menggunakan teknik *accidental sampling* ini dapat membantu peneliti dalam menemukan populasi yang tidak diketahui secara pasti. Selain itu, banyak yang menggunakan metode ini karena lebih mudah dibandingkan cara metode yang lain.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Malang dan populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Ferdinand (2014). Dengan menggunakan rumus Ferdinand sebagai berikut:

$$n = \text{Jumlah indikator} \times 5 \text{ sampai } 10$$

$$n = 12 \times 10 = 120 \text{ responden}$$

Terdapat 12 indikator dalam penelitian ini dan angka 10 dipilih sebagai pengalinya, maka berdasarkan rumus Ferdinand dapat diketahui bahwa responden yang dibutuhkan sebanyak 120 orang. Menurut teori Fraenkel & Wallen (2012) yang menyarankan besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak 100 orang. Maka, berdasarkan teori tersebut sampel yang digunakan peneliti sebanyak 120 responden.

#### **D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Pada pengumpulan data untuk memperoleh hasil yang sesuai dengan kegunaannya dibutuhkan suatu data yang akurat. Data merupakan salah satu komponen penelitian yang penting, artinya tanpa data tidak akan ada penelitian. Dan untuk mendapatkan data yang akurat maka perlu memperhatikan suatu cara

pengumpulan data pada setiap penelitian. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, menurut Sugiyono (2020) angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab langsung oleh responden.

Angket pada penelitian ini akan disebarakan secara online pada responden melalui kuesioner dalam bentuk *google form* karena populasi pada penelitian ini juga bersifat menyebar. Isi kuesioner yang berhubungan dengan *e-wom*, *brand image*, dan *purchase intention*. Analisis data merupakan kegiatan menganalisis data setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

Menurut Sugiyono (2020) bahwa kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data 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.

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Menurut Nurdin & Hartati (2019) definisi operasional merupakan variabel yang didefinisikan secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati, sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena. Mendefinisikan variabel secara operasional adalah menggambarkan atau mendeskripsikan variabel penelitian sedemikian rupa, sehingga variabel tersebut bersifat spesifik (tidak berinterpretasi ganda) dan terukur (*observable* atau *measureable*).

Operasionalisasi variabel dibuat untuk memudahkan pengumpulan data dan menghindari perbedaan interpretasi serta membatasi ruang lingkup variabel. Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3.1** Definisi Variabel Operasional dan Indikator

Definisi Operasional	Indikator	Sumber Referensi
<i>Electronic word of mouth</i> adalah kegiatan yang dilakukan konsumen dengan berkomentar secara baik atau positif terhadap produk kosmetik Wardah yang ditampilkan di internet.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membaca ulasan <i>online</i> produk konsumen yang lain.</li> <li>2. Mengumpulkan informasi dari <i>review</i> produk konsumen melalui internet.</li> <li>3. Berkonsultasi secara <i>online</i></li> <li>4. Perasaan khawatir apabila seseorang tidak membaca ulasan <i>online</i> sebelum pembelian.</li> <li>5. Peningkatan rasa percaya diri setelah membaca ulasan <i>online</i>.</li> </ol>	Jalilvand & Samiei (2012)
<i>Brand image</i> adalah persepsi konsumen tentang produk kosmetik Wardah sebagai refleksi dari merek yang ada pada pikiran konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keunggulan merek dalam membentuk <i>brand image</i> dengan keunggulan produk dalam persaingan.</li> <li>2. Kekuatan merek dengan mengungkapkan kepribadian merek tersebut dalam bentuk iklan.</li> <li>3. Keunikan merek dengan menampilkan keunikan produk yang dimiliki.</li> </ol>	Suryati (2015)
<i>Purchase intention</i> merupakan kondisi yang dimana konsumen mempunyai niat untuk melakukan pembelian suatu produk maupun jasa yang memiliki tingkat harapan tertinggi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Attention</i>, menaruh perhatian konsumen agar menyadari keberadaan produk dan kualitasnya.</li> <li>2. <i>Interest</i>, menekankan kepekaan konsumen terhadap produk.</li> <li>3. <i>Desire</i>, menekankan keinginan konsumen untuk mencoba dan memiliki produk.</li> <li>4. <i>Action</i>, tindakan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.</li> </ol>	Kotler & Keller (2012)

Sumber: Jalilvand & Samiei (2012), Suryati (2015), Kotler & Keller (2012), data diolah, 2023

## F. Penskalaan Data

Menurut Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala yang digunakan untuk variabel dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik (Sugiyono, 2020). Skala likert pada penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 3.2** Bobot Nilai Jawaban Responden

Keterangan	Bobot	Skor
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak setuju	TS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2020)

## G. Metode Analisis Data

### 1. Rentang Skala

Penelitian ini menggunakan rumus perhitungan Husein (2011) untuk pengukuran skala likert, maka untuk menginterpretasikan rata-rata penilaian sebagai berikut:

$$RS = n (m - 1) / m$$

$$RS = 120 \frac{5 - 1}{5} = 96$$

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternative jawaban

Menentukan batas skala:

Nilai terendah (min) =  $1 \times n = 1 \times 120 = 120$

Nilai tertinggi (max) =  $5 \times n = 5 \times 120 = 600$

Tabel rentang skala yang peneliti gambarkan sebagai berikut:

**Tabel 3.3** Rentang Skala Pengukuran

No.	Rentang Skala	<i>Electronic word of mouth</i>	<i>Brand Image</i>	<i>Purchase Inetntion</i>
1.	120-215	Sangat tidak baik	Sangat tidak menarik	Sangat tidak berniat
2.	216-311	Tidak baik	Tidak menarik	Tidak berniat
3.	312-407	Cukup baik	Cukup menarik	Cukup berniat
4.	408-503	Baik	Menarik	Berniat
5.	504-600	Sangat baik	Sangat menarik	Sangat berniat

Sumber: Data diolah, 2023

## 2. Pendekatan *Structural Equation Model (SEM)-PLS (Partial Least Square)*

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dimana data yang ada diukur menggunakan bantuan pendekatan *Structural Equation Model (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)*. *Partial Least Square (PLS)* merupakan model persamaan dari *Structural Equation Model (SEM)* yang berbasis komponen atau varian. Sedangkan *Structural Equation Model (SEM)* merupakan kajian statistic yang menguji berbagai rangkaian hubungan relative sulit dan diukur secara bersamaan.

*Structural Equation Model (SEM)* merupakan teknik analisis multivariate dengan mengkombinasikan antara analisis faktor dengan analisis regresi (korelasi). Tujuannya untuk menguji sebuah modul yang berisi hubungan antara variabel indikator dengan konstraknya maupun hubungan antara konstruk tersebut. Secara umum *Structural Equation Model (SEM)* terbagi menjadi dua bagian utama yang terdiri atas measurement model dan structural model.

1) *Measurement Model*

Pengukuran mengenai bagian dari model *Structural Equation Model (SEM)* yang menggambarkan hubungan antar variabel laten dengan indikator.

2) *Structural Model*

Bagian dari model *Structural Equation Model (SEM)* yang menggambarkan hubungan antara variabel laten atau variabel eksogen dengan variabel endogen.

Menurut Ghazali & Latan (2015) PLS merupakan pendekatan alternatif yang tidak serupa dari pendekatan *Structural Equation Model (SEM)* berbasis *covariance* menjadi berbasis varian. *Structural Equation Model (SEM)* yang berbasis kovarium itu umumnya menguji kausalitas atau teori, sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. Terdapat perbedaan antara *Structural Equation Model (SEM)* yang berbasis *covariance based* dengan *component based* PLS yaitu dalam penggunaan model persamaan struktural dalam menguji teori atau pengembangan teori yang bertujuan untuk memprediksi.

Pada penelitian ini dalam teknik analisisnya menggunakan dua tahap dalam teknik PLS, yaitu:

- 1) Tahap pertama dengan melakukan uji measurement model yang menguji validitas dan reliabilitas konstruk dari masing-masing indikator.
- 2) Tahap kedua dengan melakukan uji structural model bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh antar variabel antara konstruk yang diukur dengan menggunakan uji t dari PLS.

#### **H. Uji Instrumen Penelitian**

Pada penelitian ini terdapat tiga tahapan dalam pengujian instrument dengan menggunakan bantuan *Smart PLS*, yaitu:

##### 1) Analisis *Outer Model*

Hasil uji validitas menggunakan *convergent validity* dari masing-masing indikator dari setiap variabel nilai *loading factor* diatas  $> 0,7$  yang berarti semua indikator pertanyaan valid secara *convergent validity*, namun nilai *outer loading factor*  $> 0,5$  dianggap cukup (Ghozali & Latan, 2015).

*Discriminant validity* digunakan untuk menguji validitas suatu model.

*Discriminant validity* dilihat melalui nilai cross loading dan kriteria *fornell-lacker* yang menunjukkan besarnya korelasi antar konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk lainnya. Standar nilai yang digunakan untuk *cross loading* dan kriteria *fornell-lacker* yaitu harus  $> 0,7$ , atau dengan membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi

antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai discriminant validity yang baik.

Dilihat dai nilai AVE  $> 0,5$  atau indikator dianggap memenuhi validitas diskriminan jika akar AVE lebih besar dari korelasi antara sesama variabel laten. Reliabilitas pada SEM PLS menggunakan nilai *Cronbach lpha* dan *composite reliability*. Dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability*  $> 0,7$  dan nilai *Cronbach's alpha* disarankan  $> 0,7$

## 2) Analisis *Inner Model*

Hasil uji terhadap nilai *R-square* dalam setiap nilai variabel endogen sebagai kekuatan prediksi dari model structural. Pada nilai *R-square* ini dapat digunakan sebagai penjelasan mengenai pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen yang memiliki pengaruh substantif. Nilai *R-square* 0.75, 0.50, dan 0.25 yang dapat disimpulkan bahwa model tersebut kuat, sedang dan lemah (Ghozali & Latan, 2015). Selanjutnya untuk mengetahui *goodness of fit* dengan *Gof index* dalam mengevaluasi model pengukuran dan model struktural dengan menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model.

*Predictive relevance* merupakan suatu uji yang dilakukan dalam menunjukkan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan dengan menggunakan prosedur *blindfolding* dengan melihat pada nilai *Q-square*. Jika nilai *Q-square*  $> 0$  maka dapat dikatakan memiliki nilai observasi yang baik, sedangkan jika nilai *Q-square*  $< 0$  maka dapat dinyatakan nilai observasi tidak baik. *Q-square predictive relevance* untuk model struktural, mengukur

seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

### 3) Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistiknya. Nilai *p-value* dengan alpha 5% adalah  $< 0,05$  sedangkan nilai t-tabel pada alpha 5% adalah  $> 1,96$ . Dengan begitu nilai hipotesis yang dapat diterima apabila mempunyai nilai signifikansi  $< 0,05$  atau t-statistik  $> 1,96$  (Ghozali & Latan, 2015).

#### a. Pengujian pengaruh langsung

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, pada perancangan uji hipotesis yang dibuat merupakan perancangan uji hipotesis yang ditampilkan berdasarkan tujuan penelitian ini yaitu uji hipotesis t untuk menilai pengaruh variabel independen secara terpisah. Tingkat kepercayaan yang digunakan sebesar 90% sehingga tingkat presisi atau batas ketidakakuratan sebesar  $(\alpha) = 10\%$ . Pada kriteria penerimaan hipotesis adalah ketika t-statistik  $> t$ -tabel, sehingga tingkat signifikansi yang dipakai untuk sebesar  $(\alpha)$  adalah 5% (0,05) (Ghozali & Latan, 2015).

Jika  $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Jika  $t_{\text{statistik}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

#### b. Pengujian pengaruh tidak langsung/mediasi

Pengujian tidak langsung ini melalui variabel mediasi dilakukan dengan melakukan estimasi *indirect effect* secara simultan dengan *triangle*

PLS SEM Model. Persyaratan efek mediasi harus dipenuhi signifikan, koefisien jalur dari variabel independen terhadap variabel dependen signifikan, koefisien jalur dari variabel independen ke variabel mediasi signifikan dan variabel mediasi ke variabel dependen juga signifikan. Menurut Hair *et al.*, (2021) terdapat beberapa kriteria untuk pengambilan keputusan variabel mediasi antara lain:

- 1) Suatu variabel dinyatakan tidak memediasi apabila koefisien jalur antara variabel independen terhadap variabel dependen menunjukkan hubungan signifikan dan nilai yang tetap.
- 2) Suatu variabel dinyatakan dapat memediasi sebagian apabila koefisien jalur antar variabel independen terhadap variabel independen menunjukkan hubungan signifikan dan nilainya mengalami penurunan.
- 3) Suatu variabel dinyatakan dapat memediasi secara keseluruhan apabila koefisien jalur antara variabel independen terhadap variabel dependen menunjukkan penurunan nilai dan tidak signifikan.