

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, objek yang digunakan adalah produk kecantikan Scarlett Whitening. Subjek yang digunakan adalah konsumen yang mengenal produk dan menggunakan produk Scarlett Whitening. Penelitian ini menggunakan 151 responden dengan menyebarkan kuesioner.

B. Desain Penelitian

Sekaran & Bougie (2017 :109) menjelaskan desain penelitian yaitu rencana untuk proses akumulasi data, menganalisis data, pengukuran data yang didasarkan pada pertanyaan penelitian dari studi. Pada desain penelitian dapat ditinjau dari 8 perspektif yang berbeda (Cooper & Schindler, 2014) sebagai berikut :

1. Tingkat Kristalisasi Pertanyaan penelitian

Studi penelitian menggunakan studi formal, karena pada penelitian ini diawali dari suatu hipotesis yang akan melibatkan spesifikasi sumber data dan prosedur yang akurat.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian dibagi menjadi dua yaitu berupa metode observasi dan komunikasi, penelitian menggunakan metode komunikasi dengan menyebarkan kuesioner sebagai alat perantara dengan responden, peneliti memberikan pernyataan mengenai indikator variabel dari penggunaan produk Scarlett Whitening kepada subjek yang terkait.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





3. Kontrol Atas Variabel

Penelitian memiliki tiga variabel, dengan menggunakan *ex post facto study*, peneliti menetapkan variabel bebas dan mencari hubungan mengenai sebab akibat namun peneliti tidak mempunyai keahlian untuk memanipulasi atau memalsukan variabel, yang menyebabkan hanya menyajikan serta melaporkan data fakta yang sudah sedang terjadi atau sudah terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bersifat kausal - prediktif. Studi kausal – prediktif digunakan untuk memprediksi efek pada satu variabel dengan memanipulasi variabel lain yang berhubungan dengan variabel konstan lainnya. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti ingin mengukur adanya dampak dari duta merek terhadap citra merek dan niat beli pada produk Scarlett Whitening.

5. Dimensi Waktu

Peneliti menggunakan *cross section study*, mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden pengguna produk Scarlett Whitening. Menyebarkan satu kali dalam suatu periode untuk menghemat waktu, biaya serta tenaga.

6. Ruang Lingkup Topik

Penelitian ini memakai studi statistik. Studi statistik menangkap karakteristik dari populasi melalui cara menarik simpul keseluruhan dari karakteristik sampel dan hipotesis yang diuji secara kuantitatif.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



7. Lingkungan Penelitian

Dalam penelitian ini, masuk ke dalam keadaan di lapangan atau studi lapangan. Survei ini dilakukan kepada konsumen yang menggunakan produk Scarlett Whitening. Menggunakan cara penyebaran kuesioner secara langsung kepada konsumen yang memakai produk Scarlett Whitening.

8. Persepsi Subjek

Peneliti harus memahami persepsi responden karena persepsi yang dihasilkan responden akan mempengaruhi hasil, ada kemungkinan seiring waktu berjalannya penelitian akan terjadi penyimpangan persepsi, maka dari itu peneliti berusaha mengantisipasi akibat yang mengubah persepsi agar kriteria ketentuan sejalan dengan penelitian.

C. Variabel Penelitian

Variabel yang akan peneliti analisa pada penelitian ini adalah Duta Merek, Citra Merek, dan Niat Beli. Variabel eksogen (terikat) adalah Duta merek. Sedangkan variabel endogen (bebas) pada penelitian ini adalah Citra Merek dan Niat Beli. Citra Merek menjadi mediasi yang menghubungkan variabel duta merek terhadap niat beli konsumen pada produk Scarlett Whitening. Berikut adalah pengukuran atas variabel tersebut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(1) Duta Merek

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel Duta Merek

Konstruk	Variabel Pengamatan	Pengertian	Butir Pernyataan	Skala
Duta Merek (Lea Greenwood, 2012))	<i>Transference / pemindehan</i>	Ketika seorang selebriti mendukung merek yang terkait dengan profesi mereka	Saya percaya bahwa Twice menggunakan produk Scarlett dan berhasil	<i>likert</i>
	<i>Congruence / kesesuaian</i>	Selebriti memiliki kesesuaian dan kecocokan antara merek dengan <i>Brand Ambassador</i>	Twice cocok dalam mempromosikan produk kecantikan	<i>likert</i>
	<i>Kredibilitas</i>	Di mana konsumen dapat melihat sang band ambassador memiliki pengetahuan, keahlian untuk memberikan informasi yang dapat dipercaya	Twice memiliki keahlian mengenai skincare yang dipromosikannya	<i>likert</i>
	Daya Tarik	Tampilan non fisik yang dapat menimbulkan ketertarikan yang menunjang suatu produk atau iklan	Twice memiliki daya tarik non fisik (seperti kejujuran, keakraban, ramah, dll)	<i>likert</i>
	Power / kekuatan	kekuatan atau pengaruh yang dimiliki oleh Brand Ambassador untuk mempromosikan produk.	Twice memiliki karisma untuk mempromosikan produk Scarlett Whitening	<i>likert</i>

Sumber : Data yang diolah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(2) Citra Merek

Berdasarkan riset pendahuluan yang penulis lakukan di *official account* Shopee “Scarlettofficialshop” terdapat beberapa ciri khas dari produk Scarlett Whitening yang diperoleh berdasarkan testimoni atau *review* pelanggan yang telah melakukan pembelian produk Scarlett Whitening melalui Shopee.

Terdapat beberapa poin yang menjadi fokus dalam keunggulan asosiasi merek dari Scarlett Whitening. Hal ini didasarkan pada riset pendahuluan yang dilakukan penulis dalam *review customer* di Shopee (2022).

(a) Tekstur lembut dan tidak lengket

Gambar 3. 1
Screenshoot Konsumen Produk Scarlett Whitening



Sumber : (Axm61w8808, 2022) Tekstur halus, lembut, dan. [Komentar pada Review Scarlett Whitening Body Lotion]. Diakses 9 Februari 2023 melalui https://shopee.co.id/Scarlett-Whitening-Body-Lotion-Romansa-i.255365082.3432107924?sp_atk=983362e3-6f3c-459a-92fb-5925c7a2d41d&xptdk=983362e3-6f3c-459a-92fb-5925c7a2d41d

Dalam *review* yang diberikan oleh salah satu konsumen mengatakan bahwa produk Scarlett Whitening memiliki tekstur yang halus, lembut, dan tidak lengket dikulit. Selain itu konsumen juga menuliskan bahwa barang sudah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sampai, sesuai dengan pesanan, pengemasan rapi, dan lain-lain (komentar konsumen). Diakses melalui web Shopee pada *official store* Scarlett Whitening. Kesimpulan : produk body lotion dari Scarlett Whitening memiliki tekstur lembut dan tidak lengket.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

(b) Aroma harum dan tahan lama

Gambar 3. 2
Screenshot Konsumen Produk Scarlett Whitening



Sumber : Anonymouse, (@t*****7) (2022). Maaf baru kasih penilaian... [Komentar pada Review Scarlett Whitening Body Lotion]. Diakses 9 Februari 2023 melalui https://shopee.co.id/Scarlett-Whitening-Body-Lotion-Romansa-i.255365082.3432107924?sp_atk=983362e3-6f3c-459a-92fb-5925c7a2d41d&xptdk=983362e3-6f3c-459a-92fb-5925c7a2d41d

Dalam *review* yang diberikan oleh salah satu konsumen mengatakan bahwa produk Scarlett Whitening memiliki wangi yang enak dan tahan lama serta tidak lengket di kulit (komentar konsumen). Diakses melalui web Shopee pada *official store* Scarlett Whitening.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kesimpulan : produk body lotion dari Scarlett Whitening memiliki aroma yang harum dan tahan lama.

(c) Cocok untuk semua jenis kulit

Gambar 3.3
Screenshot Konsumen Produk Scarlett Whitening



Sumber : (Deviratnamutia, 2022). Tekstur semi pada, performa sangat bagus... [Komentar pada Review Scarlett Whitening Body Lotion]. Diakses 9 Februari 2023 melalui https://shopee.co.id/Scarlett-Whitening-Body-Lotion-Romansa-i.255365082.3432107924?sp_atk=983362e3-6f3c-459a-92fb-5925c7a2d41d&xptdk=983362e3-6f3c-459a-92fb-5925c7a2d41d

Dalam *review* yang diberikan oleh salah satu konsumen mengatakan bahwa produk Scarlett Whitening memiliki tekstur yang semi padat, performa sangat bagus, cocok untuk segala jenis kulit, pengiriman dan pengemasannya cepat, dan lain-lain (komentar konsumen). Diakses melalui web Shopee pada *official store* Scarlett Whitening.

Kesimpulan : produk *body lotion* dari Scarlett Whitening cocok untuk semua jenis kulit.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(d) Mencerahkan kulit

Gambar 3. 4
Screenshot Konsumen Produk Scarlett Whitening



Sumber : (Dewinurwati179, 2022). Tekstur kental lembut, performa mencerahkan... [Komentar pada Review Scarlett Whitening Body Lotion]. Diakses 9 Februari 2023 melalui https://shopee.co.id/Scarlett-Whitening-Body-Lotion-Happy-i.255365082.21323512061?sp_atk=b15b2656-de14-4014-bf33-3a1d526e6bd6&xptdk=b15b2656-de14-4014-bf33-3a1d526e6bd6

Dalam *review* yang diberikan oleh salah satu konsumen mengatakan bahwa produk Scarlett Whitening memiliki tekstur yang kental lembut, performa mencerahkan dan meratakan warna kulit, cocok untuk semua jenis kulit, menyukai varian romansa sehingga membeli semua varian, dan lain-lain (komentar konsumen). Diakses melalui web Shopee pada *official store* Scarlett Whitening. Kesimpulan : produk *body lotion* dari Scarlett Whitening dapat mencerahkan warna kulit.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variabel Citra Merek

Konstruk	Variabel Pengamatan	Butir Pernyataan	Skala
Citra Merek (Aaker, 1991)	Tekstur lembut dan tidak lengket	Scarlett Whitening memiliki tekstur yang lembut dan tidak lengket di kulit	Likert
	Aroma harum dan tahan lama	Scarlett Whitening memiliki aroma yang harum dan tahan lama	Likert
	Cocok untuk semua jenis kulit	Semua produk Scarlett Whitening cocok untuk semua jenis kulit	Likert
	Mencerahkan kulit	Scarlett Whitening dapat mencerahkan kulit	Likert

Sumber : data yang diolah

(3) Niat Beli

Tabel 3. 3
Definisi Operasional Variabel Niat Beli

Konstruk	Variabel Pengamatan	Pengertian	Butir Pernyataan	Skala
Niat Beli (Gollwitzer, 1999)	<i>Precision in selecting the if-parts and then-parts of implementation intentions</i>	Perencanaan jika-maka harus mempertimbangkan kapan, dimana, dan apa yang harus dilakukan sehingga menjadi efektif	Jika saya telah memutuskan untuk menggunakan skincare, maka saya akan memilih produk Scarlett Whitening	likert
	<i>Forming multiple implementation intentions</i>	Perlunya membentuk lebih dari satu perencanaan jika-maka dengan cara menyediakan komponen rencana yang tepat, layak, instrumental, dan tidak tumpang tindih	Saya berniat menggunakan produk Scarlett Whitening dikarenakan kandungan dan bahan dasar yang sesuai dengan kebutuhan kulit saya	likert



Tabel 3.3 (Lanjutan)

Konstruk	Variabel Pengamatan	Pengertian	Butir Pernyataan	Skala
Hak cipta milik IBI KKG (Institit Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	<i>Format of implementation intentions</i>	Dengan menggunakan format definisi jika-maka dapat membuat niat implementasi menjadi kuat	Jika saya ingin kulit yang sehat dan bernutrisi, maka saya harus menggunakan Scarlett Whitening	<i>likert</i>

Sumber : data yang diolah

D. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah unsur yang berupa karakteristik dan jumlah yang populasi miliki.

Teknik untuk mengambil sampel memakai Teknik *non probability sampling*.

Pengambilan sampelnya, peneliti menggunakan *purposive / judgement sampling*,

purposive sampling ialah teknik pengambilan sampel yang menerapkan beberapa syarat yang perlu dipenuhi oleh sampel yang akan mengisi kuesioner penelitian. Penulis mengambil sampel tertentu yang mempunyai ciri khas dan kriteria yang dibutuhkan.

Untuk mendapatkan data penelitian, maka penulis akan memilih sampel penelitian yaitu para konsumen melakukan pembelian produk Scarlett Whitening yang memiliki kriteria sebagai berikut :

- (1) Berusia 15 tahun keatas
- (2) Pernah membeli produk Scarlett Whitening
- (3) Pernah menggunakan produk Scarlett Whitening

penelitian ini, peneliti menggunakan alat bantu untuk mengolah data berupa WarPLS 8.0. Peneliti menetapkan jumlah responden sebanyak 151 responden. Hal ini didasarkan pada teori dalam (ZUHDI et al., 2016), sebagian besar pendapat yang dikemukakan para ahli relatif tidak terlalu berbeda tentang ukuran sampel minimal



yang dapat digunakan yaitu 100 sampel. Jadi peneliti ingin mengambil nilai tengah antara 100 sampai dengan 200, jadi ditetapkan 150 sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang ditentukan ialah menyebarkan kuesioner kepada setiap responden yang ada agar mendapatkan data primer yang diperlukan dalam penelitian. Beberapa pertanyaan yang terdapat didalamnya berkaitan dengan variabel duta merek, citra merek, dan niat beli.

Kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup. Kuesioner yang disebarkan sudah mencakup pilihan jawaban yang ditentukan oleh peneliti sehingga responden memiliki keterbatasan ketika menjawab kuesioner. Hal tersebut bertujuan agar data yang didapat menjadi lebih relevan serta sesuai dengan maksud penelitian. Pilihan jawaban yang disediakan ada lima pilihan serta dari setiap jawaban memiliki nilai yang berbeda.

Tabel 3. 4
Scoring Skala Likert

Keterangan	Bobot	Kategori Respon
Sangat Tidak Setuju	1	Respon Negatif
Tidak Setuju	2	Respon Negatif
Netral	3	Netral
Setuju	4	Respon Positif
Sangat Setuju	5	Respon Positif

Sumber : data yang diolah

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pembagian kuesioner melalui media *Google Form* yang dibagikan kepada konsumen melalui sosial media (Instagram, WhatsApp, Telegram) dan web “kudata”.

F. Teknik Analisis Data

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pengolahan data dilakukan setelah diselesaikannya tahap pengisian kuesioner dan pengumpulan semua data yang ada. Data yang diperoleh ialah data mentah yang kemudian diolah menggunakan *software* WarpPLS 8.0 dan SPSS 25 sehingga dapat menghasilkan output yang diperlukan dalam penelitian. Pembahasan tujuan studi adalah untuk memastikan kualitas instrument (*goodness of instrument*) dan kualitas data keseluruhan (*goodness of data*) yang dijelaskan pada sub-bab model pengukuran terkait. *Goodness of instrument* menggunakan *pilot study*, dimana *pilot study* dapat membantu dalam mendefinisikan pertanyaan penelitian dan untuk menguji kelayakan, reliabilitas, dan validitas desain penelitian yang diusulkan Thabane et al dalam Ismail et al (2017). Begitupun dalam *goodness of instrument* menggunakan *komprehensif study*. Untuk mempermudah hal tersebut, peneliti memilih untuk menerapkan teknik analisis data seperti ini:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana instrument mengukur apa yang ingin diukur (Sekaran & Bougie, 2017:177). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu pernyataan atau kuesioner, analisis faktor yang didesain untuk menguji suatu konstruk. Indikator dapat dikatakan valid apabila nilai loading factor dan AVE $> 0,5$

b. Uji Reliabilitas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Reliabilitas suatu pengukuran merupakan indikator stabilitas dan konsistensi di mana instrument tersebut mengukur konsep serta menilai “kesesuaian” suatu ukuran Sekaran & Bougie (2017:39). Indikator pernyataan dikatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability > 0,7.

2. Analisis Deskriptif

Menurut Umar (2019:90), tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk menunjukkan data dan konstruk penelitian sehingga mudah untuk dijabarkan.

Berikut adalah teknik analisis deskripsi yang digunakan oleh peneliti :

a. Mean / Rata-rata Hitung (\bar{x})

Mean dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Menurut Siagian & Sugiarto (2006), rumus mean adalah sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} = rata-rata hitung

x_i = nilai sampel ke-i

n = jumlah responden

b. Analisis Presentase

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Analisis presentase bertujuan agar mengetahui karakteristik dari responden yang terdapat pada bagian profil responden terkait dengan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan Pendidikan. Rumus yang diterapkan ialah :

$$Fr^i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

Fr^i = frekuensi alternatif ke-i setiap kategori

$\sum f_i$ = jumlah responden dalam suatu kategori tertentu

n = total responden

c. Rata – Rata Tertimbang

Rumus skor rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^k f_i \times x_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} = skor rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi

x_i = bobot nilai

n = jumlah responden

d. Selang Kepercayaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Interval kepercayaan dalam statistik, mengacu pada probabilitas bahwa parameter populasi akan berada di antara sekumpulan nilai untuk proporsi waktu tertentu (Hayes, 2022). Analisis sering menggunakan interval kepercayaan daripada mengandung 95% atau 99% dari pemangatan yang diharapkan. Jadi, jika perkiraan titik dihasilkan dari model statistik 1000 dengan interval kepercayaan 95% dari 9,50 – 10,50, dapat disimpulkan bahwa terdapat probabilitas 95% bahwa nilai sebenarnya berada dalam rentang tersebut. Rumus selang kepercayaan menurut Siagian & Sugiarto (2006) adalah sebagai berikut

$$\bar{x} \pm Za/2 * (\sigma/\sqrt{n})$$

Keterangan :

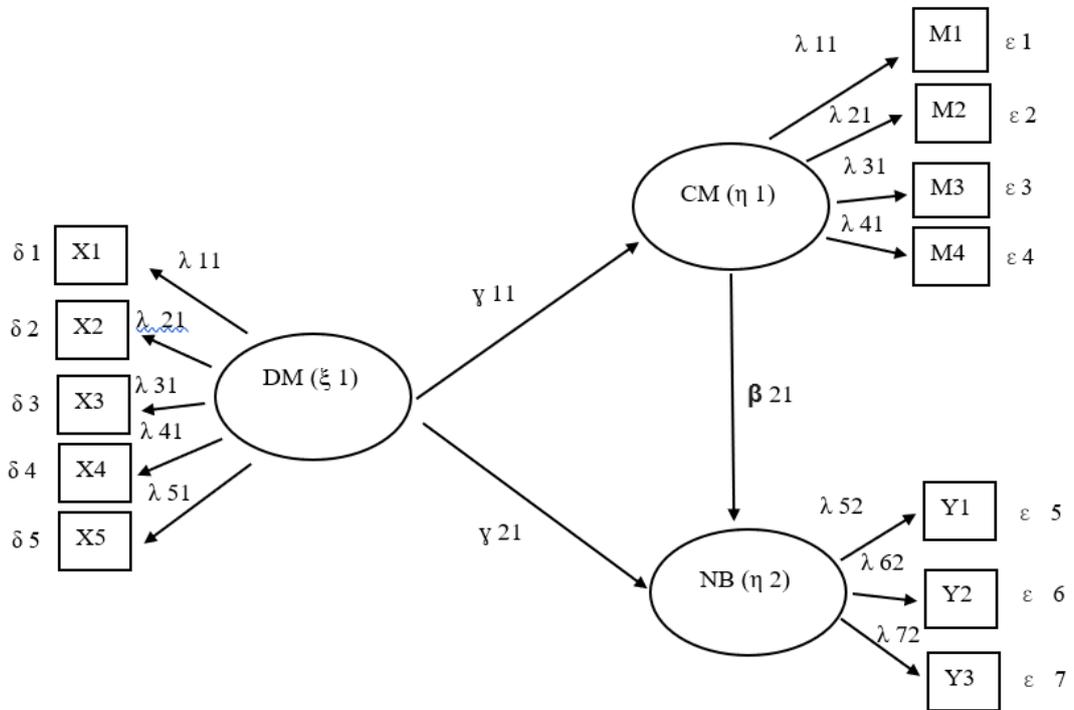
- \bar{x} = nilai rata-rata sampel
- a = 1 - tingkat kepercayaan
- σ = standar deviasi populasi
- n = banyaknya anggota sampel

3. Analisis SEM (Structural Equation Modeling)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

a. Model Lengkap SEM

Tabel 3. 5
Model Lengkap SEM



Sumber : data yang diolah

Keterangan gambar 3.1 :

ξ (KSI) : variabel laten eksogen

η (ETA) : variabel laten endogen

γ (GAMMA) : hubungan langsung antara variabel eksogen terhadap variabel endogen

β (BETA) : hubungan antara sama-sama variabel endogen

Y : Indikator variabel endogen

X : Indikator variabel eksogen

λ (LAMBDA) : hubungan antara variabel laten dengan indikatornya

ϵ (EPSILON) : measurement error untuk indikator variabel endogen

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

δ (DELTA) : measurement error untuk indikator variabel eksogen

ζ (ZETA) : measurement error yang terjadi akibat pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen.

b. Model Pengukuran (Measurement Model)

Menurut (Hair Jr et al., 2019 : 762) model pengukuran adalah suatu komponen dari model jalur teoritis yang didalamnya terdiri dari indikator dan memiliki hubungan dengan konstruk, dan biasanya disebut dengan model luar di PLS-SEM. Evaluasi model pengukuran diterapkan melalui validitas konvergen dan reliabilitas. Seperti yang telah dipaparkan dalam sub-bab uji validitas dan reliabilitas, validitas konvergen diukur menggunakan *factor loading* dan AVE. sedangkan reliabilitas diukur menggunakan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

c. Penilaian Overall Fit

Penilaian overall fit dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM yang dibuat dapat diterima (fit). Menurut Ghozali (2020) ada 10 ukuran model fit yang dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3. 6
Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural

Kriteria	Rule of Thumb
----------	---------------



<i>Average Path Coefficient (APC)</i>	$P\text{-value} \leq 0.05$
<i>Average R-Squared (ARS)</i>	$P\text{-value} \leq 0.05$
<i>Average Adjusted R-Squared (AARS)</i>	$P\text{-value} \leq 0.05$
<i>Average Block Collinearity VIF (AVIF)</i>	≤ 3.3 , namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima
<i>Average Full Collinearity VIF (AFVIF)</i>	≤ 3.3 , namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima
<i>Tenenhaus GoF (Gof)</i>	≥ 0.10 , ≥ 0.25 , dan ≥ 0.36 (kecil, menengah dan besar)
<i>Sympson's Paradox Ratio (SPR)</i>	Idealnya = 1, namun nilai ≥ 0.7 masih dapat diterima
<i>R-squared Contribution Ratio (RSCR)</i>	Idealnya = 1, namun nilai ≥ 0.7 masih dapat diterima
<i>Statistical Suppression Ratio (SSR)</i>	Harus ≥ 0.7
<i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)</i>	≥ 0.7

Sumber : Ghozali, 2020:87

d. Evaluasi Model Struktural

(1) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menurut (Ghozali, 2018:97) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

(2) Uji Hipotesis

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Putra (2015), uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan cara analisis jalur (path analysis) atas model yang telah dibuat. Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya. Berikut adalah penilaian model struktural pada penelitian ini :

Tanda (arah) hubungan antar variabel-variabel laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Hipotesis statistik penelitian ini adalah :

(a) Kekuatan Duta Merek memiliki pengaruh positif terhadap Citra Merek pada produk kecantikan Scarlett Whitening.

$$H_0 : \gamma_{11} \leq 0$$

$$H_a : \gamma_{11} \geq 0$$

(b) Kekuatan Duta Merek memiliki pengaruh positif terhadap Niat Beli pada produk kecantikan Scarlett Whitening.

$$H_0 : \gamma_{21} \leq 0$$

$$H_a : \gamma_{21} \geq 0$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

(c) Citra Merek memiliki pengaruh positif terhadap Niat Beli pada produk kecantikan Scarlett Whitening.

$$H_0 : \beta_{21} \leq 0$$

$$H_a : \beta_{21} \geq 0$$

(d) Kekuatan Duta Merek memiliki pengaruh tidak langsung melalui Citra Merek terhadap Niat Beli pada produk kecantikan Scarlett Whitening.

$$H_0 : \gamma_{11} \beta_{21} \leq 0$$

$$H_a : \gamma_{11} \beta_{21} \geq 0$$

Kriteria penilaian sebagai berikut :

(a) Tolak $h_0 \leq 0,05$

(b) Tidak tolak $h_0 \geq 0,05$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.