



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah produk *skincare* Skintific yang merupakan *skincare* asal Kanada, Oslo, Norwegia yang masuk ke pasar Indonesia pada Agustus 2021 dan masih terus berkembang dan berinovasi sampai sekarang. Subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian maupun menggunakan produk *skincare* Skintific. Subjek penelitian ini tidak membatasi jenis kelamin, usia, maupun pekerjaan sehingga para konsumen yang memang pernah melakukan pembelian dan penggunaan *skincare* Skintific dapat berpartisipasi dalam penelitian sebagai pendukung data.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan seluruh proses yang diperlukan dalam suatu perencanaan maupun pelaksanaan penelitian. Sebuah desain penelitian harus dilakukan dengan jelas dan rinci sehingga mampu berfungsi sebagai penuntun dalam penelitian. Cooper dan Schindler (2014:126) menyatakan bahwa, desain penelitian dapat dilihat dari beberapa sistem klasifikasi sebagai berikut:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Penelitian

Penelitian dapat dipandang sebagai eksplorasi atau formal. Pada penelitian ini digunakan studi formal yang dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang melibatkan prosedur dengan tepat dan adanya spesifikasi sumber data. Jadi, tujuan dari desain penelitian formal adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan dalam penelitian yang diajukan.



2. Metode Pengumpulan Data

Klasifikasi ini digunakan untuk membedakan proses pengamatan dan proses komunikasi. Pada penelitian ini digunakan proses komunikasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pertanyaan dengan survei melalui *google form*. Dari *google form* tersebut akan dilampirkan pertanyaan atau pernyataan yang mampu mendukung penelitian.

3. Pengendalian Variabel oleh Peneliti

Pada penelitian ini digunakan desain *ex post facto*, yang dimana peneliti tidak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan atau memanipulasi variabel dalam penelitian yang mampu menimbulkan bias.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada bagaimana suatu variabel memberikan perubahan atau pengaruh terhadap variabel lainnya, maka penelitian tersebut bersifat sebab-akibat.

5. Dimensi Waktu

Dalam penelitian ini, dimensi waktu yang digunakan adalah dengan studi *cross-sectional* yang dimana data yang dikumpulkan hanya dilakukan satu kali yaitu saat penyebaran kuesioner.

6. Ruang Lingkup Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistic yang dirancang untuk memperluas penelitian bukan mendalaminya yang berupaya menangkap karakteristik suatu populasi berdasarkan kesimpulan dan hipotesis uji kuantitatif.



7. Lingkungan Penelitian

Desain penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual yang dimana variabel dalam penelitian berada pada lingkungan aktual atau sesungguhnya dan diperoleh langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden.

8. Kesadaran Perseptual Partisipan

Kesadaran persepsi responden dapat mempengaruhi hasil penelitian sehingga peneliti harus mampu menghindari persepsi negatif dari responden yang merasa adanya penyimpangan dari rutinitas sehari-hari, atau bahkan menganggap penyimpangan terjadi diakibatkan oleh peneliti.

C. Variabel Penelitian

Konstruk sering digunakan untuk menjelaskan suatu hubungan atau fenomena kompleks dalam penelitian yang tidak dapat diukur secara langsung tetapi mampu dilakukan pendekatan dengan mengukur variabel yang merupakan indikatornya. Indikator merupakan variabel yang secara langsung mengacu pada konstruk yang diukur.

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis konstruk yaitu konstruk eksogen berupa nilai *utilitarian* dan nilai *hedonic*, dan konstruk endogen berupa kepuasan konsumen.

Penjelasan masing-masing konstruk sebagai berikut:

1. Nilai *Utilitarian*

Nilai *utilitarian* mengacu pada penilaian konsumen terhadap produk berdasarkan fungsi, kegunaan, dan kemudahan yang ditawarkan sehingga konsumen dapat lebih terdorong untuk mencari, membeli, dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhannya atau mengatasi masalah yang dialami.



Tabel 3.1

Konstruk Nilai *Utilitarian*

Konstruk	Definisi	Indikator	Instrumen	Skala
Nilai <i>Utilitarian</i> (Fernandes et al., 2020:25). Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Nilai <i>utilitarian</i> merupakan penilaian konsumen dalam menggunakan atau membeli suatu produk berdasarkan fungsi atau kegunaan produk tersebut untuk memenuhi kebutuhannya.	Kualitas	Skintific memiliki daya tahan/ kadaluarsa yang lama.	Likert
			<i>Skincare</i> Skintific memberikan efek yang baik untuk kulit.	
			<i>Skincare</i> Skintific tidak lengket di kulit.	
			<i>Skincare</i> Skintific cepat meresap pada kulit.	
		Nilai	Harga yang ditawarkan Skintific terjangkau	
			Harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang diberikan Skintific.	
		Kemudahan	Skintific mudah ditemukan/ di beli.	
			Penggunaan <i>skincare</i> Skintific mudah.	

2. Nilai *Hedonic*

Nilai *hedonic* merupakan pembelian yang dilakukan konsumen karena terdorong untuk memenuhi kesenangan pribadi atau secara emosional yang mampu meningkatkan *mood* dan status sosial. Biasanya terjadi karena adanya perasaan takut tertinggal atau biasa disebut *fear of missing out*, maka disaat ada sesuatu yang sedang *booming*, seseorang akan cenderung mengikuti tren yang ada agar mampu memenuhi kesenangan emosional.



Tabel 3.2

Konstruk Nilai *Hedonic*

Konstruk	Definisi	Indikator	Instrumen	Skala
Nilai Hedonic (Fernandes et al., 2020:24). Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Nilai <i>hedonic</i> merupakan penilaian dalam pembelian atau penggunaan produk yang didasari untuk memenuhi kesenangan pribadi, atau secara emosional.	Hal Baru (<i>novelty</i>)	Saya membeli Skintific karena Skintific menawarkan formula baru pada <i>skincare</i> nya.	Likert
		Kesenangan (<i>fun</i>)	Saya merasa senang saat membeli Skintific.	
		Pelarian (<i>escape</i>)	Saya pernah membeli Skintific untuk menghilangkan perasaan tidak baik di dalam diri/ mendapatkan kesenangan pribadi.	
		Interaksi sosial (<i>social interaction</i>)	Saya membeli Skintific karena terpengaruh dengan banyak orang yang membeli dan merasakan manfaatnya.	

3. Kepuasan Konsumen

Para konsumen akan mendapatkan kepuasan dari suatu produk atau jasa setelah membandingkan ekspektasi atau harapan konsumen dengan hasil atau realita yang didapatkan. Bila ternyata realita yang didapatkan konsumen sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya bila realita yang didapatkan konsumen tidak sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas.

Tabel 3.3

Konstruk Kepuasan Konsumen

Konstruk	Definisi	Indikator	Instrumen	Skala
Kepuasan Konsumen Kotler & Keller (2016:151)	Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan yang dirasakan setelah membandingkan	Tetap setia	Saya membeli/menggunakan Skintific secara berkala.	Likert
		Membeli produk yang ditawarkan	Saya membeli/menggunakan Skintific karena rekomendasi dari orang sekitar.	



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	n harapan dengan realita.	Merekomendasikan produk	Saya merekomendasikan produk Skintific kepada orang sekitar.
		Bersedia membayar lebih	Bila harga Skintific meningkat saya akan tetap membeli/ menggunakan Skintific.
		Memberi masukan	Saya ingin Skintific mengeluarkan formula yang saya inginkan untuk kebutuhan kulit.

D Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang ataupun kesempatan secara acak untuk pengumpulan sampel. *Purposive sampling* merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan sampel penelitian dengan pertimbangan memiliki kriteria ataupun karakteristik yang sudah ditetapkan untuk mendukung penelitian dan mampu mewujudkan tujuan penelitian (Darwin, et.al, 2020:115). Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui produk *skincare* Skintific.
2. Pernah membeli *skincare* Skintific.
3. Pernah menggunakan *skincare* Skintific.

Dalam penelitian kuantitatif dibutuhkan sampel yang lebih besar untuk mencapai generalisasi yang valid. Peneliti perlu mempertimbangkan faktor yang relevan dalam memilih teknik pengambilan sampel dan menentukan ukuran sampel agar mampu mendukung kevalidan penelitian.



Menurut Hair et al. (2018:132), sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih

besar. Untuk aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang akan dianalisis dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Jumlah item pertanyaan dalam penelitian ini adalah 13 item pertanyaan, sehingga ukuran sampel minimum yang dibutuhkan adalah $16 \times 10 = 160$ responden.

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan ataupun pernyataan tertulis yang ditujukan kepada para responden untuk menjawab.

Kuesioner adalah teknik yang efisien dalam pengumpulan data dan cocok untuk digunakan untuk pengumpulan data di wilayah yang luas.

Sifat pertanyaan atau pernyataan yang diajukan adalah tertutup sehingga para responden cukup memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti agar lebih mempermudah responden dalam menjawab, dan memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data. Pertanyaan atau pernyataan yang diajukan akan menggunakan skala likert untuk mengukur pendapat maupun pandangan dari responden terhadap permasalahan yang diteliti. Skor nilai dalam pernyataan kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Skor Skala Likert

Skor	Skala Peringkat	Respon
Sangat Tidak Setuju	1	Negatif
Tidak Setuju	2	Negatif
Netral	3	Netral
Setuju	4	Positif
Sangat Setuju	5	Positif



E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan yang terbagi ke dalam suatu kategori tertentu dan adanya hasil kesimpulan yang dapat dipahami oleh peneliti maupun orang lain. Analisis data akan menggunakan aplikasi SPSS 25 dan WarpPLS 7.0.

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *convergent validity* yang merupakan bagaimana dua ukuran dari konsep yang sama berkorelasi (Hair et al.:2018:122).

Convergent validity dapat diukur menggunakan *factor loading* dan AVE (*Average Variance Extracted*). *Factor loading* merupakan seberapa besar kontribusi indikator terhadap variabel laten. Idealnya, nilai *factor loading* adalah 0.50 atau lebih tinggi. Menurut Hair et al. (2018:185), AVE merupakan sejauh mana konstruk laten menjelaskan varian dari indikatornya. Dengan menggunakan *rule of thumb* nilai AVE yang dapat diterima adalah >0.50. Rumus dari AVE sebagai berikut:

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum e_i}$$

Keterangan:

λ = *Factor loading*.

e = Ragam error



2. Uji Reliabilitas

Menurut Hair et al. (2018:3), reliabilitas merupakan sejauh mana keonstrukan satu atau sekumpulan variabel mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Uji reliabilitas dapat diukur menggunakan *cronbach's alpha* yang merupakan ukuran reliabilitas konsistensi internal yang berkisar dari 0 sampai 1 dengan asumsi muatan indikator yang sama. Menurut Hair et al. (2018:122), idealnya nilai *cronbach's alpha* adalah >0.70 . Rumus *cronbach's alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum ab^2}{at^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument.

k = Jumlah butir pertanyaan.

at^2 = Varians total.

$\sum ab^2$ = Jumlah varians butir.

Ketika konstruk diukur secara reflektif dalam analisis SEM, *composite reliability* (CR) dianggap kriteria reliabilitas yang lebih sesuai. Menurut Hair et al. (2018:761), nilai CR yang baik adalah dari 0.70 – 0.95. Rumus CR adalah sebagai berikut:

$$CR = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum e_i}$$

Keterangan:

λ = Factor loading.

e = Ragam error



3. Analisis Deskriptif

a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Rumus analisis persentase sebagai berikut:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = Frekuensi relatif ke setiap kategori.

$\sum f_i$ = Jumlah responden yang termasuk kategori.

N = Total responden.

b. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung atau *mean* digunakan dengan menjumlahkan seluruh nilai suatu kelompok sampel dan dibagi dengan banyaknya jumlah sampel. Rumus *mean* sebagai berikut:

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

Keterangan:

$\bar{x}$ = Rata-rata hitung (*mean*).

x_i = Nilai sampel.

n = Jumlah sampel.

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.



c. Rata-Rata Tertimbang



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

Rumus untuk mengukur rata-rata tertimbang sebagai berikut:

$$\underline{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{n}$$

Keterangan:

$\underline{x}$ = Skor rata-rata tertimbang.

f_i = Frekuensi kelas.

x_i = Bobot nilai.

n = Jumlah sampel.

d. Selang Kepercayaan

Tingkat kepercayaan merupakan persentase yang mengungkapkan seberapa yakin selang kepercayaan mengandung rata-rata sampel. Rumus selang kepercayaan sebagai berikut:

$$\underline{x} - Z^{\alpha/2} \left(\frac{\sigma}{\sqrt{n}} \right) \leq \mu \leq \underline{x} + Z^{\alpha/2} \left(\frac{\sigma}{\sqrt{n}} \right)$$

Keterangan:

$\underline{x}$ = Rata-rata sampel.

α = 1 – (Tingkat kepercayaan).

$Z^{\alpha/2}$ = Nilai z.

σ = Standar deviasi populasi.

n = Banyaknya anggota sampel.

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.



4. *Structural Equation Modeling (SEM)*

Menurut Hair et al. (2018:10), SEM merupakan metode multivariat yang mengkombinasikan aspek analisis faktor dan regresi berganda sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan timbal balik antara beberapa variabel. Analisis SEM terdiri dari dua sub model, yaitu model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran menggambarkan hubungan antara variabel-variabel pengamatan dengan konstraknya, sedangkan model struktural menganalisis hubungan struktural antara satu konstruk dengan konstruk lainnya sesuai dengan kerangka penelitian.

a. *Evaluasi Model Pengukuran (Measurement Model)*

Menurut Hair et al. (2018:28), *measurement model* merupakan sebuah komponen dari model jalur yang berisi hubungan antara indikator dengan konstraknya. Karakteristik pengukuran konstruk pada evaluasi model pengukuran dapat diterima, maka dilanjutkan dengan evaluasi model struktural.

Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan mengukur validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas data yang digunakan (*goddess of data*). Data yang valid diperoleh dari instrumen yang reliabel. Model pengukuran yang digunakan adalah reflektif sehingga evaluasi model pengukuran dilakukan dengan validitas konvergen (*factor loading* dan AVE) dan reliabilitas (*cronbach's alpha* dan *composite reliability*).

b. *Evaluasi Model Fit*

Menurut Hair et al. (2018:34), model *fit* atau *goodness of fit* merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa baik model menghasilkan matriks kovarian yang



diamati di antara item indikator. Secara keseluruhan model *fit* menentukan apakah model struktural memenuhi model penelitian yang ideal ditinjau dari seluruh kriteria.

c. Evaluasi Model Struktural

Menurut Hair et al. (2018:606), model struktural merupakan komponen teoritis atau konseptual dalam model yang mencakup hubungan jalur antara variabel atau konstruk laten. Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antar konstruk laten eksogen dan endogen serta hubungan antar konstruk endogen.

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