

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian dapat diartikan sebagai hal-hal yang dipelajari dalam penelitian. Tujuan penelitian adalah untuk memperoleh informasi dan menyajikan teori untuk memajukan pengetahuan di bidang tertentu. Dalam penelitian ini, masker wajah *Camille Beauty* dipelajari dengan melakukan survei terhadap konsumen yang belum pernah membeli atau menggunakan masker wajah *Camille Beauty* Jabodetabek.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Asari et al. (2023), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Desain penelitian adalah rencana penelitian yang dirancang untuk menjawab pertanyaan penelitian (Cooper dan Schindler, 2014:126). Dengan demikian, terdapat delapan aspek desain penelitian yang dijelaskan oleh Cooper dan Schindler (2014:126).

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Penelitian

Pada penelitian kali ini, penulis menggunakan studi formal (formal studies). Studi formal dimulai dari latar belakang masalah dan menjawab



rumusan masalah dari hipotesis dan latar belakang masalah. Dalam hal ini akan melibatkan kepatuhan terhadap prosedur dan spesifikasi sumber data.

2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini akan menggunakan studi komunikasi (*communication study*) dimana peneliti membagikan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* yang berisi serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respon mereka.

3. Pengontrolan Variabel

Berdasarkan kemampuan peneliti untuk memanipulasi variable, penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* dimana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variable – variable. Dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variabel, peneliti hanya mampu mengamati apa yang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian yang diteliti memiliki tujuan kausal (*causal-explanatory*), yaitu peneliti akan menjelaskan hubungan antar variabel.

5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional* karena penelitian ini hanya dilakukan satu kali, yaitu pada saat kuesioner disebarluaskan kepada responden.

6. Cakupan Topik

- 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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



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,
 - 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.

Pada penelitian kali ini, penulis menggunakan studi *statistic* dan akan di uji secara kuantitatif. Penelitian berusaha mengetahui bagaimana karakteristik populasi dengan menarik kesimpulan dari uji karakteristik sampel dengan generalisasi hasil temuan sampel nanti.

7. Lingkungan Penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitian, penelitian ini di lapangan (*field condition*) karena objek dan subjek berada di lingkungan aktual.

8. Persepsi Partisipan

Penelitian ini merupakan actual *routine* dari partisipan. Responden akan didorong untuk memberikan tanggapan yang paling sesuai dengan perilaku sehari-harinya dan pendapatnya.

C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel, yaitu *content marketing*, *electronic word of mouth*, dan niat beli. Indikator masing – masing variabel tersebut dijelaskan dalam tabel 3.1 hingga tabel 3.3 yaitu:

1. Variabel Content Marketing

Tabel 3.1
Indikator dan Item Pernyataan Content Marketing

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Dimensi <i>Content marketing</i> Milhinhos (2015)	Relevansi	Informasi yang disampaikan <i>Camille Beauty</i> sesuai dengan minat dan masalah kulit yang dihadapi.	Likert



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

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,
 - 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.

	Informasi yang disampaikan melalui <i>content marketing</i> produk ini mudah dipahami.	Likert
Akurasi	Informasi yang diberikan tentang bahan dan penggunaan masker wajah akurat.	Likert
	Petunjuk penggunaan masker wajah jelas dan tepat	Likert
Bernilai	<i>Camille Beauty</i> memberikan wawasan dan solusi perawatan kulit yang bernilai tambah.	Likert
	Tips dan saran yang disampaikan memberikan manfaat.	Likert
Mudah dipahami	Penjelasan tentang produk dan perawatan kulit sederhana dan jelas.	Likert
Mudah ditemukan	<i>Camille Beauty</i> mudah ditemukan di platform online	Likert
Konsisten	<i>Camille Beauty</i> konsisten dalam publikasi konten berkualitas tentang masker wajah.	Likert
	<i>Camille Beauty</i> memberikan informasi mengenai produk baru secara konsisten.	Likert

2. Variabel *Electronic Word Of Mouth*

Tabel 3.2

Indikator dan Item Pernyataan *Electronic Word of Mouth (E-wom)*

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilengkapi Undang-Undang Goyette et al. (2012)	Dimensi <i>Electronic word of mouth</i>	1. Pembicaraan tentang masker wajah <i>Camille Beauty</i> sering muncul di berbagai platform online seperti media sosial atau forum. 2. Percakapan seputar masker wajah <i>Camille Beauty</i> di platform <i>online</i> terlihat aktif dan berlangsung secara teratur. 3. Banyak pemakai yang merekomendasikan produk <i>Camille Beauty</i> kepada pelanggan atau calon pelanggan lain.	Likert
	<i>Positive Valance</i>	Sebagian besar ulasan atau testimoni tentang masker wajah <i>Camille Beauty</i> memiliki sentimen yang positif.	Likert
	<i>Negative Valence</i>	Jarang sekali ulasan atau testimoni negatif tentang masker wajah <i>Camille Beauty</i> ditemukan.	Likert
	<i>Content</i>	<i>Camille Beauty</i> cenderung informatif, memberikan beragam informasi seperti ulasan pengguna, video tutorial, dan foto hasil pemakaian produk.	Likert

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

3. Variabel Niat beli

Tabel 3.3

Indikator dan Item Pernyataan Niat Beli

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Dimensi Niat beli Angga dan Endang (2016)	Niat Transaksional	Terdapat keinginan untuk melakukan pembelian masker wajah <i>Camille Beauty</i> dalam waktu dekat.	Likert
	Niat Referensial	Mencari terlebih dahulu pandangan dari teman atau keluarga tentang penggunaan masker wajah <i>Camille Beauty</i> sebelum memutuskan untuk membeli.	Likert
	Niat Preferensial	Masker wajah <i>Camille Beauty</i> menjadi pilihan utama ketika mempertimbangkan produk perawatan kulit.	Likert
	Niat Eksploratif	Berminat untuk mengeksplorasi berbagai pilihan masker wajah <i>Camille Beauty</i> yang tersedia sebelum memilih produk yang akan dibeli.	Likert

D. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel yang dikumpulkan oleh peneliti merupakan *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* merupakan teknik dalam pemilihan sampel di mana tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Purwanza et al., 2022:149).

Penelitian ini juga menggunakan metode *judgment sampling*, yang memiliki arti pengambilan sampel sesuai kriteria tertentu (Purwanza et al., 2022:149). 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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan calon konsumen dan masyarakat yang belum pernah menggunakan produk masker wajah *Camille Beauty*. Hair et al. (2019:132) mengatakan, peneliti tidak menganalisis sampel yang kurang dari 50, karena itu ukuran sampel yang ingin dianalisis harus berjumlah 100 atau lebih banyak. Untuk rasio pengamatan, ukuran sampel juga harus minimal 5 - 10 kali lebih besar jika dibandingkan variabel dimensi yang akan dianalisis dan ukuran sampel yang diterima akan memiliki rasio 10:1.

Pada penelitian ini, akan ada 20 item pernyataan, maka dari itu jumlah minimal sampel yang dibutuhkan berdasarkan perhitungan adalah $20 \times 5 = 100$ responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian kali ini yaitu teknik komunikasi. Komunikasi ini dilakukan untuk mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner online melalui *Google Forms*.

Kuesioner disusun menggunakan skala Likert dengan lima tingkatan, yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju.

Tabel 3.4
Skor Skala Likert

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

- 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,
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Sangat Setuju	5	Respon Positif
---------------	---	----------------



F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (SEM) untuk pengembangan model dan pengujian serta pengolahan data. Alat yang diuji pada penelitian ini adalah Lisrel 8.80 dan SPSS. Metode analisis data yang digunakan adalah Lisrel 8.80 & SPSS. Teknik analisis data yang akan digunakan yaitu:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Hair et al. (2019:3), validitas merupakan sejauh mana suatu ukuran dapat secara tepat mewakili konsep tertentu. Dilakukannya uji validitas yaitu untuk mengukur apakah butir pernyataan dalam kuesioner dapat secara optimal mengukur variabel yang akan diukur.

Pada penelitian kali ini, uji validitas dilakukan dengan cara memeriksa validitas konten, verifikasi bukti respon dan struktur internal konstruk (*construct validity*), yang diverifikasi menggunakan factor loading dan *AVE* (*Average Variance Extracted*). Kuesioner dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai *AVE* dan *factor loading* $\geq 0,50$ maka diterima (Hair et al., 2019:676).

$$AVE = \frac{\sum \lambda_t^2}{\sum \lambda_t^2 + \sum e_t}$$

Keterangan:

λ = *factor loading*

e = ragam error

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



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,
 - 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

Selain itu, uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur sejauh mana suatu variabel atau set variabel konsisten dalam apa yang ingin diukur (Hair et al., 2019:3). Uji reliabilitas dilakukan dengan mengukur *Cronbach's Alpha* yang memiliki konsistensi internal bernilai 0 sampai 1. (Hair et al., 2019:761).

Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* (*CA*) $> 0,7$ (Hair et al., 2019:161).

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = *reliabilitas instrumen*

k = jumlah butir perntanyaan

σt^2 = varians total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians total

Cronbach's Alpha memiliki kelemahan karena teknik ini mengamumsikan bahwa loadings semua variabel pengamatan adalah sama, padahal pada umumnya tidak sama Namun, ketika konstruk diukur secara reflektif dalam analisis SEM, maka *Composite Reliability* (CR) dianggap sebagai kriteria reliabilitas yang lebih sesuai. Pada penelitian ini, peneliti akan hanya menggunakan nilai *Composite Reliability* (CR). Nilai CR antara 0,60 – 0,70 dapat diterima untuk penelitian eksploratori. Nilai yang baik adalah dari 0,70 – 0,95 (Hair et al., 2019:760). Rumus *Composite Reliability* adalah sebagai berikut:



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

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.

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

Keterangan:

λ = factor loading

e = ragam error

2. Analisis Deskriptif

a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya.

$$F_{\Gamma_i} = \frac{\sum F_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

F_{Γ_i} = frekuensi relative ke - i setiap kategori

$\sum F_i$ = jumlah responden yang termasuk kategori -i

n = total responden

b. Rata – rata Hitung (Mean)

Didapatkan dari hasil penjumlahan dari seluruh nilai data dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Rumus yang digunakan yaitu:

$$\bar{x} = \frac{\sum^n_i = 1 X_i}{n}$$

Keterangan:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- \bar{x} = rata – rata hitung (*mean*)
- X_i = nilai sampel ke - i
- n = jumlah responden

c. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung skor rata – rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum F_i \cdot x_i}{n}$$

Keterangan:

- \bar{x} = skor rata-rata tertimbang
- F_i = frekuensi
- x_i = bobot nilai
- n = jumlah responden / sampel

d. Selang Kepercayaan

Selang kepercayaan merupakan sebuah interval yang berada diantara dua nilai. Di mana parameter sampel akan berada di dalam interval tersebut. Selang kepercayaan untuk rata-rata sampel berdasarkan apa yang disebut Tingkat kepercayaan. Tingkat kepercayaan adalah persentase yang mengungkapkan seberapa yakin bahwa selang kepercayaan mengandung rata-rata sampel. Selang kepercayaan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} - z^{\alpha/2} \left(\frac{\sigma}{\sqrt{n}} \right) \leq N \leq \bar{x} + z^{\alpha/2} \left(\frac{\sigma}{\sqrt{n}} \right)$$

Keterangan:

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

$$\begin{aligned}\bar{x} &= \text{rata - rata sampel} \\ \alpha &= 1 - (\text{Tingkat kepercayaan}) \\ z^{\alpha/2} &= \text{Nilai Z} \\ \sigma &= \text{Standar deviasi populasi} \\ n &= \text{Banyaknya anggota sampel}\end{aligned}$$

3. Penilaian Model Structural

Evaluasi model structural berfokus pada hubungan-hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Tujuan dalam menilai model structural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui *survey* (Ghozali & Fuad, 2008:335).

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

1. Pengaruh *content marketing* terhadap niat beli

$$H_0 : \gamma_{1.1} = 0$$

$$H_a : \gamma_{1.1} > 0$$

2. Pengaruh *e-wom* terhadap niat beli

$$H_0 : \gamma_{2.1} = 0$$

$$H_a : \gamma_{2.1} > 0$$

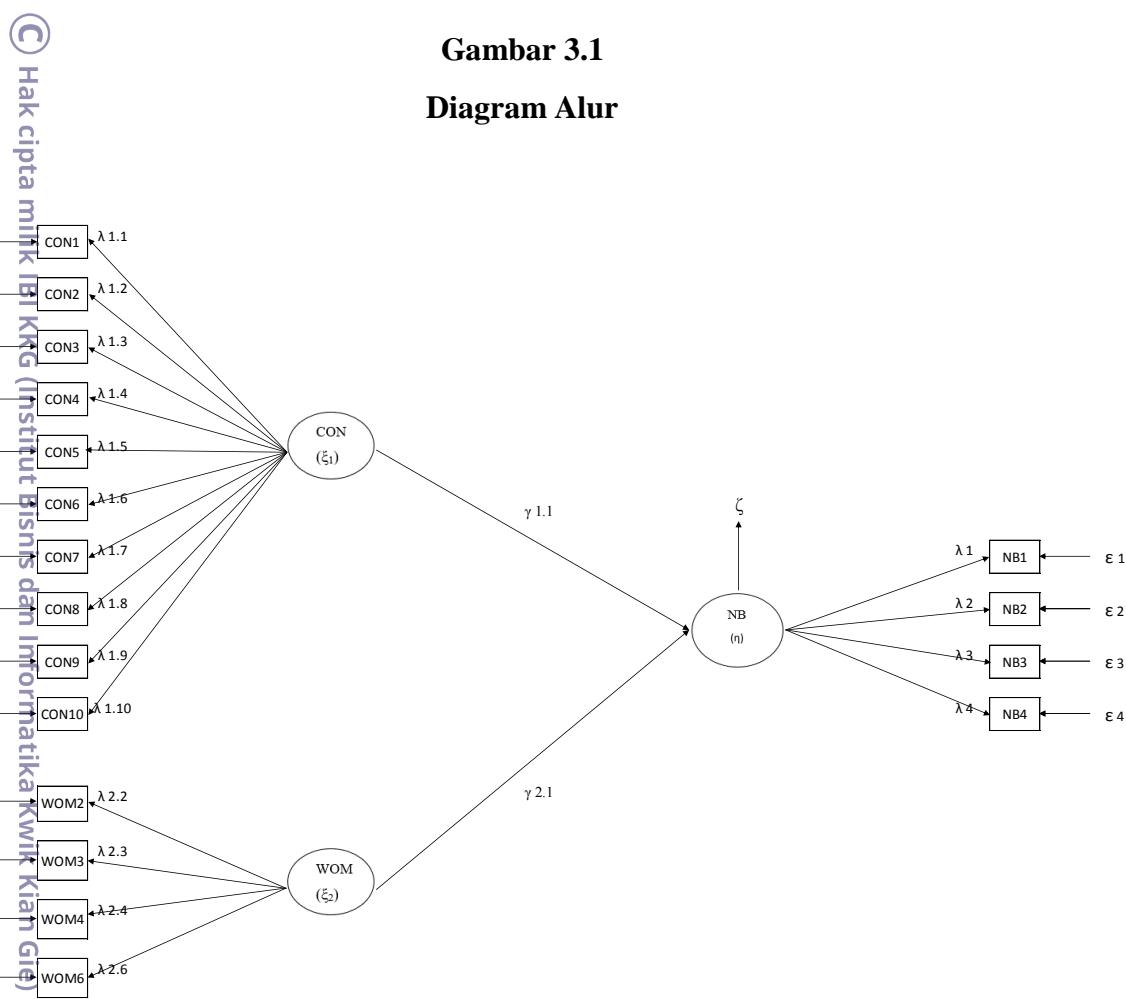
4. Path Diagram

Path diagram merupakan representasi grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain, memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model (Ghozali & Fuad, 2008:15).

Path diagram berguna untuk menunjukkan persamaan-persamaan aljabar dan error dalam persamaan tersebut juga mengurangi specification error dengan menyoroti hubungan-hubungan yang dihilangkan, variabel-variabel yang dikeluarkan, sehingga konseptualisasi model akan ditingkatkan. Path diagram juga membantu dalam mendeteksi kesalahan pada persamaan yang telah dibentuk yang ditampilkan pada program LISREL (Ghozali & Fuad, 2008:16).

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,
 - 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.



Sumber : diadaptasi oleh peneliti.

Keterangan:

ξ (KSI) = Konstruk laten eksogen

η (ETA) = Konstruk laten endogen

γ (GAMMA) = Koefisien jalur yang menggambarkan pengaruh antara konstruk eksogen terhadap konstruk endogen

β (BETA) = Koefisien jalur yang menggambarkan pengaruh antara konstruk endogen terhadap konstruk endogen lainnya

λ (LAMBDA) = Jalur yang menggambarkan factor loading antara konstruk laten dengan indikatornya

ζ (ZETA) = Measurement error yang terjadi akibat pengaruh antara variable eksogen terhadap variabel endogen.

CON

= *Content marketing* (indikator konstruk eksogen)

WOM

= *E-wom* (indikator konstruk eksogen)

NB

= Niat beli (indikator konstruk endogen)

Dari diagram alur tersebut, maka didapat persamaan sebagai berikut :

1. Persamaan Struktural:

$$\eta = \gamma 1.1 \xi_1 + \gamma 2.1 \xi_2 + \zeta$$

2. Persamaan pengukuran variabel eksogen :

$$CON_{1.1} = \lambda_{1.1} \xi_1 + \delta_{1.1}$$

$$CON_{1.2} = \lambda_{1.2} \xi_1 + \delta_{1.2}$$

$$CON_{1.3} = \lambda_{1.3} \xi_1 + \delta_{1.3}$$

$$CON_{1.4} = \lambda_{1.4} \xi_1 + \delta_{1.4}$$

$$CON_{1.5} = \lambda_{1.5} \xi_1 + \delta_{1.5}$$

$$CON_{1.6} = \lambda_{1.6} \xi_1 + \delta_{1.6}$$

$$CON_{1.7} = \lambda_{1.7} \xi_1 + \delta_{1.7}$$

$$CON_{1.8} = \lambda_{1.8} \xi_1 + \delta_{1.8}$$

$$CON_{1.9} = \lambda_{1.9} \xi_1 + \delta_{1.9}$$

$$CON_{1.10} = \lambda_{1.10} \xi_1 + \delta_{1.10}$$

$$WOM_{2.2} = \lambda_{2.2} \xi_2 + \delta_{2.2}$$

$$WOM_{2.3} = \lambda_{2.3} \xi_2 + \delta_{2.3}$$

$$WOM_{2.4} = \lambda_{2.4} \xi_2 + \delta_{2.4}$$

$$WOM_{2.6} = \lambda_{2.6} \xi_2 + \delta_{2.6}$$

3. Persamaan pengukuran variabel endogen :

$$NB1 = \lambda_1 \eta + \varepsilon_1$$

- 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.

$$NB2 = \lambda_2 \eta + \varepsilon_2$$

$$NB3 = \lambda_3 \eta + \varepsilon_3$$

$$NB4 = \lambda_4 \eta + \varepsilon_4$$

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

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.