BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif pendekatan kausalitas. Menurut Amruddin (2022) penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur, biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian, sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik, analisis data kuantitatif/statistik memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, sedangkan kausalitas adalah jenis penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel-variabelnya. Penelitian ini akan melihat Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Dan Promosi Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Skintific Di Live Shopping Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variable Intervening

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer dan sekunder:

3.2.1 Data Primer

Menurut Amruddin (2022) menyatakan bahwa data primer adalah data yang berasal langsung dari objek penelitian atau responden, baik individu maupun kelompok. Data primer diperoleh dari jawaban pengisian kuesioner responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden, yaitu konsumen produk kosmetik Skintific di *live shopping* Shopee

3.2.2 Data Sekunder

Menurut Amruddin (2022) menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, yaitu data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain bukan oleh peneliti sendiri dengan kata lain bersumber dari catatan dan dari sumber lainnya yaitu dengan mengandalkan studi kepustakaan melalui literatur berupa buku, artikel, data dari perusahaan dan jurnal-jurnal penelitian yang berhubungan dengan pengaruh ulasan pelanggan online, promosi elektronik, minat beli dan keputusan pembelian

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi lapangan (*field research*). Studi lapangan (*field research*) adalah teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi pernyataan kuesioner kepada responden, yaitu konsumen produk kosmetik Skintific di *live shopping* Shopee. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1

Skala Likert

Poin	Keterangan	Kode
1	Sangat tidak setuju	STS
2	Tidak setuju	TS
3	Cukup Setuju	CS
4	Setuju	S
5	Sangat setuju	SS

Sumber: Amruddin (2022)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Amruddin (2022) menyatakan bahwa populasi merupakan seluruh kelompok yang akan diteliti pada cakupan wilayah dan waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti. Populasi tersebut akan menjadi sumber data penelitian. Populasi penelitian dapat dibedakan menjadi populasi dengan jumlah anggota yang sudah diketahui (finit) maupun yang jumlah anggota belum diketahui (infinit). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut Skintific yang berjumlah 3.600.000 (https://id.shp.ee/7FrYivj). Adapun pertimbangan pengambilan sampel yaitu

1. Penduduk Kota Bandar Lampung
2. Berusia minimal 20 Tahun
3. Berjenis kelamin perempuan maupun laki-laki
4. Sudah membeli produk Skintific

3.4.2 Sampel

Amruddin (2022) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang terpilih menjadi sasaran penelitian. Dalam penelitian ini, menggunakan metode *nonprobability sampling*, yaitu pengambilan sampel dimana tiap anggota populasi tidak mempuyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel, dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini populasi yang diambil menggunakan rumusan penentuan yang dinyatakan oleh slovin dengan batas kesalahan 5% rumus perhitungan ukuran sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen ketidak telitian yang masih dapat ditolerir sebesar 5%,

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah:

$$= \frac{3600000}{1 + (3600000).(0,05)^2} = \frac{3600000}{360001}$$

= 399,9 responden, dibulatkan menjadi 400 responden

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Eksogen

Amruddin (2022) menyatakan bahwa variabel eksogen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel eksogen (terikat). Dalam penelitian ini variabel eksogen adalah ulasan pelanggan online dan promosi elektronik

3.5.2 Variabel Penelitian Intervening

variabel intervening merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen (bebas) dengan variabel endogen (terikat). Variabel intervening merupakan variabel penyela yang terletak diantara variabel eksogen (bebas) dengan variabel endogen (terikat), sehingga variabel variabel eksogen (bebas) tidak secara langsung mempengaurhi berubahnya atau timbulnya variabel endogen (terikat) (Amruddin, 2022). Variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat beli

3.5.3 Variabel Penelitian Endogen

Amruddin (2022) menyatakan bahwa variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel endogen adalah keputusan pembelian

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Ulasan Pelanggan Online (X1)	(Gabriela et al., 2022) menyatakan bahwa ulasan pelanggan online adalah suatu opini dan juga salah satu bentuk *word of mouth communication* pada penjualan *online*, dimana calon pembeli mendapatkan informasi tentang produk dari konsumen yang telah mendapatkan manfaat dari produk tersebut.	Ulsana baik atau buruk yang dibuat oleh konsumen yang sudah pernah membeli produk Skintific pada *live shopping* shopee	1. Kredible 2. Keahlian 3. Menyenagkan Sumber: (gabriela et al., 2022)	Likert
Promosi Elektronik (X2)	(Anggraenia et al., 2023) menyatakan bahwa promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu	Kegiatan promosi yang dilakukan Skintific pada *live shopping* shopee	1. Frekuensi 2. Kualitas 3. Kuantitas 4. Waktu 5. Ketetapan Sumber: (Anggraenia et al., 2023)	Likert
Minat Beli (Y)	(Salsabilla & Handayani, 2023) menyatakan bahwa minat beli adalah keinginan yang muncul dari pertimbangan dan penilaian suatu produk atau jasa saat digunakan	Tingkat Keinginan konsumen untuk melakukan tindakan atau membeli produk Skintific pada *live shopping* shopee	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensia 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif Sumber: (Salsabilla & Handayani, 2023)	Likert
Keputusan Pembelian (Z)	Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian (Sariyanti et al., 2024)	Proses pengambilan keputusan dalam membeli produk Skintific pada *live shopping* shopee yang dimana konsumen tersebut benar-benar melakukan pembelian	1. Tujuan Pembelian 2. Kemantapan 3. Rekomendasi 4. Pembelian Ulang Sumber: (Sariyanti et al., 2024	Likert

Sumber: Data Diolah, 2024

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) menggunakan program aplikasi SmartPLS. Analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan pembandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda (Hamid & Anwar, 2019). Analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan secara bersamaan dalam model kompleks yang terdiri dari beberapa konstruksi, variabel indikator, dan jalur struktural (Rahadi, 2023). Analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) terdiri dari dua tahap evaluasi model pengukuran yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*)

Langkah-Langkah Dalam Menggunakan *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) Ada beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk melakukan analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM). di mana setiap tahapan akan mempengaruhi tahapan selanjutnya. Menurut (Hamid & Anwar, 2019) secara garis besar ada beberapa tahapan yang dilakukan dalam menggunakan *squares structural equation modeling* (PLS-SEM), yaitu

1. Spesifikasi model membangun model yang sesuai dengan tujuan dan masalah penelitian dengan landasan teori yang kuat.
2. Estimasi parameter bebas komparasi matriks kovarian yang merepresentasi hubungan antarvariabel dan mengestimasinya ke dalam model yang sesuai. Parameter untuk mengukur kesesuaian model adalah *maximum likelihood, weighted least squares, atau asymptotically*.
3. Assessment of fit eksekusi estimasi kesesuaian model dengan menggunakan parameter antara lain: *chi square, root mean square error of aproximation (RMSEA), standardized root mean residual*

(SRMR), dan comparative fit index (CFI). Chi square adalah ukuran dasar kesesuaian model. *Chi square* secara konseptual merupakan fungsi dari ukuran sampel dan perbedaan antara matriks kovarian yang diobservasi dengan matriks kovarian model

4. Modifikasi model mengembangkan model yang diuji pada awal untuk meningkatkan *goodness-of-fit* (GOF) model. Peluang untuk mengembangkan model tergantung besarnya *degree of freedo*m dari model. Namun, pengembangan model harus mempertimbangkan dasar teori, tidak dapat dilakukan hanya berdasarkan alasan argumen statistik.
5. Interpretasi dan komunikasi interpretasi hasil pengujian statistika dan pengakuan bahwa konstruk yang dibangun berdasarkan model yang paling sesuai. Namun hasil tersebut dapat dicapai ketika desain riset dibangun secara cermat sehingga dapat membedakan hipotesis rival
6. Replikasi dan validasi ulang kemampuan model yang dimodifikasi untuk dapat direplikasi dan divalidasi ulang sebelum hasil penelitian diinterpretasi dan dikomunikasikan

3.8 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*outer model*) merupakan tahapan pertama dalam analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM), untuk menguji validitas konstruk terdiri atas (validitas konvergen dan validitas diskriminan), serta uji reliabilitas (Hamid & Anwar, 2019).

3.8.1 Uji Validitas Konstruk

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukurpengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas indikator reflektif dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Untuk menilai validitas konvergen adalah nilai *loading factor* harus lebih dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan antara 0.6–0.7

untuk penelitian yang bersifat *exploratory*, serta nilai *average variance inflation factor* (AVE) harus lebih besar dari 0.5

2. **Validitas Diskriminan**

   Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukurpengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Cara menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif adalah dengan melihat nilai *cross loading*. Nilai ini untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0.70. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konst. Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0.70. Namun demikian, penggunaan *cronbach's alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberi nilai yang lebih rendah (*under estimate*) sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *composite reliability.*

3.9 Model Struktural (*Inner Model*)

Model pengukuran (*outer model*) merupakan tahapan kedua dalam analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM). Ada beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (*inner model*) yaitu nilai Uji *R-Square* dan uji hipotesis.

3.9.1 Uji *R-Square*

Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai *R-Square* 0.75,

0.50, dan 0.25 masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, moderate, dan lemah (Hamid & Anwar, 2019).

3.9.2 Uji Kelayakan Model (Model Fit)

Setelah yakin tidak ada lagi *offending estimate* dalam model, maka peneliti siap melakukan penilaian *overall model fit* dengan berbagai kriteria penilaian model fit. *Goodness of fit* mengukur kesesuaian input observasi atau sesungguhnya (matrik kovarian atau korelasi) dengan prediksi dari model yang diajukan (*proposed model*). Ada tiga jenis ukuran *Goodness of fit* yaitu *absolute fit measure, incremental fit measures* dan *parsimonious fit measures*. Dalam suatu penelitian empiris, seorang peneliti tidak dituntut untuk memenuhi semua kriteria *goodness of fit*, akan tetapi tergantung dari *judgment* masing-masing peneliti.

Tabel 3.3

Indikator *Indeks Goodness Of Fit* Model Penelitian

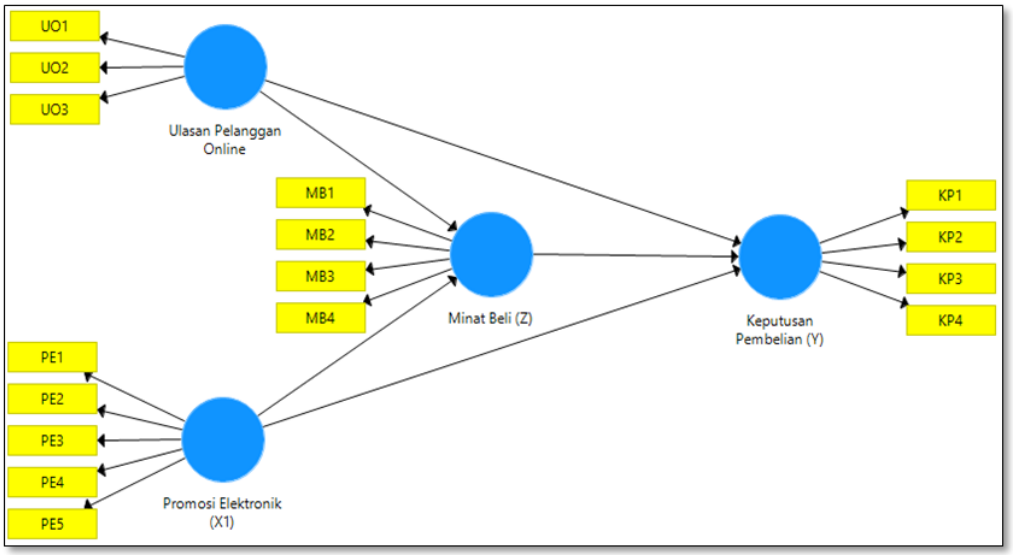
Indeks Model F*it*	Nilai Model *Fit* Yang Direkomendasikan
Absolute Fit	
Chi-square (X 2 atau CMIN)	Realtif Kecil
Degrees of freedom (DF)	Besar
Normed Chi-square (X 2 /df; atau CMIN/DF)	≤ 5,00
Goodness of fit index (GFI)	> 0,90
Standardized Root mean square residual (RMR)	< 0,05
Root mean square error of approximation (RMSEA)	< 0,07
Incremental Fit	
Normed fit index (NFI)	> 0,95
Comparative fit index (CFI)	> 0,95
Parsimonious fit measures	
Adjusted goodness of fit index (AFGI)	> 0,90

Sumber; Data Diolah, 2024

3.9.3 Uji Hipotesis

Selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Pengujian dilakukan terhadap 10 hipotesis yang diajukan. Metode *bootstrapping* digunakan untuk mendapatkan hasil nilai *t-statistic* yang akan digunakan untuk menguji setiap hipotesis. Jika nilai *t-statistic* yang

dihasilkan < nilai *t-table two tailed* dan nilai *p-values* > 0,05 artinya adalah Ho diterima dan Ha ditolak, jika nilai *t-statistic* yang dihasilkan > nilai t-*table two tailed* dan nilai *p-values* < 0,05 artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Berikut in persamaan dalam penelitian ini.



Gambar 3.1

Diagram Persamaan Model Struktural Full atau Hybrid

Berdasarkan gambar 3.1 di atas, maka dapat dinyatakan dalam persamaan model struktural sebagai berikut :

1. Model Struktural : $\eta 1$ (MB) = $\gamma 1\ \xi 1 + \gamma 2\ \xi 2 + \zeta 1$
2. Model Struktural : $\eta 2$ (KP) = $\beta 1 \eta 1 + \gamma 1\ \xi 1 + \gamma 2\ \xi 2 + \zeta 2$

STRUCTURAL EQUATIONS

MB = γ1 UO + γ2 PE + ζ1

KP = β1 MB + γ1 UO + γ2 PE + ζ2

Keterangan:

η	= Eta, variabel laten Y (Variabel endogen)
ξ	= Ksi, variabel laten X (variavel eksogen)
γ	= Gamma (Koefisien Regresi)
$\gamma 1$-$\gamma 2$	= Pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen
β	= Variabel endogen dan eksogen
MB ($\eta 1$)	= Minat Beli
KP ($\eta 2$)	= Keputusan Pembelian
UO ($\xi 1$)	= Ulasan Pelanggan Online
PE ($\xi 2$)	= Promosi Elektronik
$\zeta 1$, $\zeta 16$	= Error