

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **3.1.1 Tempat**

Lokasi penelitian yang dipilih untuk melakukan penelitian ini adalah DKI Jakarta. Hal ini dikarenakan DKI Jakarta merupakan salah satu kota dengan pencemaran polusi yang tinggi di dunia dan terdapat zat kimia pada sampo yang berkontribusi akan hal tersebut (Bobo.grid.id, 2020). Oleh karena itu, kini warganya mulai sadar dan beralih menggunakan produk perawatan rambut yang ramah lingkungan.

##### **3.1.2 Waktu**

Adapun penelitian ini peneliti lakukan dalam rentang waktu lima bulan, yaitu antara bulan September 2023 hingga Februari 2024.

#### **3.2 Desain Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif dicirikan dengan pendekatan deduktif dalam proses penelitiannya, yang bertujuan untuk membuktikan, menyangkal, atau memberikan kredibilitas pada teori yang sudah ada. Dalam metode penelitian kuantitatif, peneliti memulai dengan merumuskan hipotesis dan teori dengan menerapkan pendekatan eksperimental untuk melakukan triangulasi data. Tujuan dari metode ini adalah menguji hipotesis pada populasi yang lebih luas. Metode ini mencakup eksperimen, survei, analisis isi kuantitatif, wawancara terstruktur, observasi

terstruktur, dan lainnya (Liu, 2022). Penelitian ini akan menguji hubungan antar variabel, yaitu *trust*, *perceived value*, dan *perceived price fairness* sebagai variabel independen, *customer loyalty* sebagai variabel dependen, serta *customer satisfaction* sebagai variabel independen dan dependen.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk perawatan rambut ramah lingkungan. Peneliti memfokuskan penelitian ini pada konsumen yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta.

#### 3.3.2 Sampel

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan akan dianalisis menggunakan *structural equation modeling* (SEM). Dalam *purposive sampling*, partisipan dipilih dengan sengaja karena memenuhi kriteria yang spesifik (Kenneavy *et al.*, 2022). Hair *et al.* (2021) menyebutkan bahwa ukuran sampel minimal 200 untuk digunakan dalam analisis *structural equation modeling* (SEM). Jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel bentukan, yang dikali 5 sampai dengan 10. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka peneliti akan menggunakan sampel sebanyak 250 responden. Adapun karakteristik responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Sudah membeli produk perawatan rambut ramah lingkungan minimal tiga kali dalam satu tahun terakhir
2. Berusia 18 – 60 tahun (usia produktif)
3. Berdomisili di DKI Jakarta

### **3.4 Pengembangan Instrumen**

#### **3.4.1 Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan variabel independen dan dependen sebagai berikut.

##### **3.4.1.1 Variabel Independen**

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang variasinya secara statistik berhubungan dengan variasi variabel terikat atau dependen. Variabel independen berfungsi sebagai penyebab atau faktor yang menentukan kekuatan atau kondisi yang memengaruhi variabel lainnya. Terdapat empat variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *trust*, *perceived value*, *perceived price fairness*, dan *customer satisfaction*.

##### **3.4.1.2 Variabel Dependen**

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang muncul atau timbul sebagai akibat atau hasil dari variabel lainnya. Artinya, variabel terikat sepenuhnya bergantung dengan variabel bebas. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *customer loyalty* dan *customer satisfaction*.

#### **3.4.2 Operasionalisasi Variabel**

Tabel 3.1 menunjukkan operasionalisasi variabel dan indikator yang akan digunakan untuk kuesioner dalam penelitian ini. Pernyataan untuk kuesioner pada setiap variabel adalah pernyataan hasil adaptasi dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Operasional Variabel	Pernyataan Sumber	Pernyataan Kuesioner	Sumber
<b>Customer Loyalty</b>	1. <i>I always purchase Halal food</i>	1. Saya selalu membeli produk <i>hair care</i> ramah lingkungan.	(Suhartanto, <i>et al.</i> , 2020; Pahlevi dan Suhartanto, 2020; Dummanonda dan Nuangjamnong, 2021)
	2. <i>In the future, I will purchase Halal food</i>	2. Di masa depan, saya akan membeli produk <i>hair care</i> ramah lingkungan.	
	3. <i>I will recommend Halal food to others</i>	3. Saya akan merekomendasikan produk <i>hair care</i> ramah lingkungan kepada orang lain.	
	4. <i>Still using eco-friendly products, regardless of prices</i>	4. Tetap menggunakan produk <i>hair care</i> ramah lingkungan, berapa pun harganya.	
	5. <i>The Hearty Heart product will be my first choice when I need something to buy cosmetics and skincare.</i>	5. Produk <i>hair care</i> ramah lingkungan akan menjadi pilihan pertama saya ketika saya butuh untuk membeli produk <i>hair care</i> .	
<b>Customer Satisfaction</b>	1. <i>I am happy purchasing Halal food.</i>	1. Saya senang membeli produk <i>hair care</i> ramah lingkungan.	(Suhartanto, <i>et al.</i> , 2020)
	2. <i>Purchasing Halal food is a right decision.</i>	2. Membeli produk <i>hair care</i> ramah lingkungan adalah keputusan yang tepat	
	3. <i>Overall, I am satisfied with the food.</i>	3. Secara keseluruhan, saya puas dengan produk <i>hair care</i> ramah lingkungan.	
	4. <i>This product fulfills my needs.</i>		
	5. <i>I am very satisfied with the ease of use of this product</i>		

Operasional Variabel	Pernyataan Sumber	Pernyataan Kuesioner	Sumber
		4. Produk <i>hair care</i> ramah lingkungan memenuhi kebutuhan saya.	
		5. Saya sangat puas dengan kemudahan penggunaan produk <i>hair care</i> ramah lingkungan.	
<b>Trust</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>I feel the performance of this halal cosmetic product meets expectations</i></li> <li>2. <i>I feel this halal cosmetic product can be trusted</i></li> <li>3. <i>I feel this halal cosmetic product is reliable</i></li> <li>4. <i>I feel confident with this halal cosmetic product</i></li> <li>5. <i>I trust a quality organic food label or logo</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa performa produk <i>hair care</i> ramah lingkungan ini sesuai ekspektasi</li> <li>2. Saya merasa produk <i>hair care</i> ramah lingkungan ini bisa dipercaya</li> <li>3. Saya merasa produk <i>hair care</i> ramah lingkungan ini dapat diandalkan</li> <li>4. Saya merasa yakin dengan produk <i>hair care</i> ramah lingkungan yang menepati janji dan komitmen.</li> <li>5. Saya mempercayai label atau logo produk <i>hair care</i> ramah lingkungan yang berkualitas.</li> </ol>	(Handriana <i>et al.</i> , 2020; Watanabe <i>et al.</i> , 2020)
<b>Perceived Value</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>I think this cosmetic product is reliable.</i></li> <li>2. <i>I think this cosmetic product has good function.</i></li> <li>3. <i>I think this</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menurut saya produk <i>hair care</i> ramah lingkungan dapat diandalkan.</li> <li>2. Menurut saya produk <i>hair care</i> ramah</li> </ol>	(Handriana <i>et al.</i> , 2020; Suhartanto <i>et al.</i> , 2020)

Operasional Variabel	Pernyataan Sumber	Pernyataan Kuesioner	Sumber
	<p><i>cosmetic product fulfils my needs well</i></p> <p>4. <i>I think this cosmetic product has superiority</i></p> <p>5. <i>The product is a high-value product</i></p>	<p>lingkungan mempunyai fungsi yang baik.</p> <p>3. Menurut saya produk <i>hair care</i> ramah lingkungan ini memenuhi kebutuhan saya dengan baik</p> <p>4. Menurut saya produk <i>hair care</i> ramah lingkungan mempunyai keunggulan.</p> <p>5. Produk <i>hair care</i> ramah lingkungan merupakan produk bernilai tinggi</p>	
<b>Perceived Price Fairness</b>	<p>1. <i>The price of organic food is reasonable.</i></p> <p>2. <i>Organic food price is fair.</i></p> <p>3. <i>Organic food price is acceptable.</i></p> <p>4. <i>The prices of organic food are justifiable.</i></p> <p>5. <i>I buy a halal cosmetic product as the price matches the benefits offered</i></p>	<p>1. Harga produk <i>hair care</i> ramah lingkungan masuk akal.</p> <p>2. Harga produk <i>hair care</i> ramah lingkungan adil.</p> <p>3. Harga produk <i>hair care</i> ramah lingkungan dapat diterima.</p> <p>4. Harga produk <i>hair care</i> ramah lingkungan dapat dibenarkan.</p> <p>5. Saya membeli produk <i>hair care</i> ramah lingkungan karena harganya sesuai dengan manfaat yang ditawarkan</p>	(Konuk, 2019; Soeroto <i>et al.</i> , 2023)

Sumber: Diolah oleh peneliti (2023)

### 3.4.3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner dalam penelitian ini adalah skala likert. Metode ini melibatkan penjumlahan skor pada serangkaian pernyataan deklaratif yang bersifat positif dan negatif mengenai variabel yang diukur, dimana responden diminta untuk menunjukkan tingkat setuju atau tidak setuju. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert dengan enam kategori respon agar responden tidak memberikan pilihan tengah atau netral yang bisa membuat peneliti tidak mendapatkan informasi.

**Tabel 3.2 Skala Likert**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Kode</b>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Agak Tidak Setuju	3
Agak Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: Taherdoost (2019)

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan data primer dalam penelitian ini. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan ke beberapa klinik perawatan rambut kepada 250 responden pengguna produk perawatan rambut ramah lingkungan di DKI Jakarta guna mendapatkan informasi mengenai variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis dan pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan perangkat lunak AMOS dan SPSS.

### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen pengukuran dapat mengukur dengan tepat hal-hal yang seharusnya diukur (Tarki, 2020). Untuk memastikan keberhasilan penelitian dan kebermanfaatan hasilnya, penting bagi alat ukur untuk secara akurat mengukur parameter yang dinyatakan. Penggunaan alat ukur yang tervalidasi akan menjamin bahwa temuan yang diperoleh dari analisis dapat dianggap sah dan dapat dipercaya (Surucu & Maslakci, 2020). Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis faktor. Ada dua pendekatan utama dalam analisis faktor, yaitu *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Dalam pendekatan ini, *factor loading* digunakan untuk memprediksi korelasi antar indikator yang diamati. Menurut Garson (2022) jika nilai *factor loading* dibawah 0,4 dianggap “lemah” dan nilai diatas 0,6 dianggap “kuat”.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indikator kestabilan nilai yang terukur ketika suatu pengukuran dilakukan secara berulang dalam keadaan yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama (Surucu dan Maslakci, 2020). Pengukuran dengan kesalahan acak yang rendah mempunyai reliabilitas yang tinggi (Sallis *et al.*, 2021). Reliabilitas mengacu pada suatu konsep bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah terbukti baik dalam memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* pada skala multi-



item. Sallis *et al.* (2021) menjabarkan kriteria pengujian reliabilitas sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,7$ , maka instrumen dapat dikatakan reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,7$ , maka instrumen dapat dikatakan tidak reliabel.

### 3.6.3 Uji Kesesuaian Model

Penelitian ini akan menerapkan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan perangkat lunak AMOS. Kesesuaian atau ketidaksesuaian suatu model dengan data dapat ditentukan dengan mengevaluasi berbagai indeks kecocokan atau *fit indices* yang muncul sebagai hasil pengujian. Indeks kecocokan yang muncul sebagai hasil pengujian menggunakan perangkat lunak AMOS dapat dijabarkan sebagai berikut (Surucu *et al.*, 2023; Verma & Verma, 2023).

1. *Chi-Square Goodness of Fit*

Uji Chi-Square digunakan untuk menguji kecocokan antara data dengan model. Dalam konteks ini, uji Chi-Square menguji hipotesis apakah model yang dikembangkan dan model yang muncul pada struktur kovarians variabel yang diamati berbeda. Model dianggap cocok jika nilai Chi-Square  $> 3$ .

2. *Root Mean Square Residual* (RMSR)

RMSR didefinisikan sebagai akar kuadrat dari nilai rata-rata dari kuadrat perbedaan antara korelasi yang telah dihitung dan yang

telah disertakan. Apabila nilai  $RMSR < 0,05$ , maka model dianggap cocok.

3. *Goodness of Fit Index* (GFI)

GFI merupakan sebuah metrik yang mengukur jumlah relatif dari varians dan kovarians yang dapat dijelaskan oleh model. Model dianggap cocok jika nilai  $GFI \geq 0,9$ .

4. *Adjustment Goodness of Fit Index* (AGFI)

AGFI didasarkan pada koreksi terhadap derajat kebebasan (*degree of freedom*) dalam model yang tidak terlalu dibatasi dengan membebaskan lebih banyak parameter. Model dianggap *fit* apabila nilai  $AGFI \geq 0,9$  dan *marginal fit* jika  $0,8 \leq AGFI \leq 0,9$ .

5. *Tucker-Lewis Index* (TLI)

Indeks TLI atau dikenal juga sebagai *Non Normen Fit Index* (NNFI). Sebuah model dianggap memiliki kecocokan yang baik jika memiliki nilai  $TLI \geq 0,9$  dan dianggap *fit marginal* jika memiliki nilai  $0,8 \leq TLI \leq 0,9$

6. *Comparative Fit Index* (CFI)

Seperti indeks perbandingan lainnya, CFI responsif terhadap ukuran sampel. Suatu model bisa dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai  $CFI \geq 0,9$  dan *marginal fit* jika memiliki nilai  $0,8 \leq CFI \leq 0,9$ .

### 7. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA adalah ukuran deviasi antara nilai parameter model dengan matriks kovarians populasi. Suatu model bisa dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai  $RMSEA \leq 0,08$ . Semakin mendekati 0 maka semakin baik karena menunjukkan adanya kesalahan minimum antara matriks yang diamati dan dihasilkan oleh model.

**Tabel 3.3 Goodness of Fit Indices**

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut off Value</i>
Chi-Square	< 3
RMSR	< 0,05
GFI	$\geq 0,9$
AGFI	$\geq 0,9$
TLI	$\geq 0,9$
CFI	$\geq 0,9$
RMSEA	$\leq 0,08$

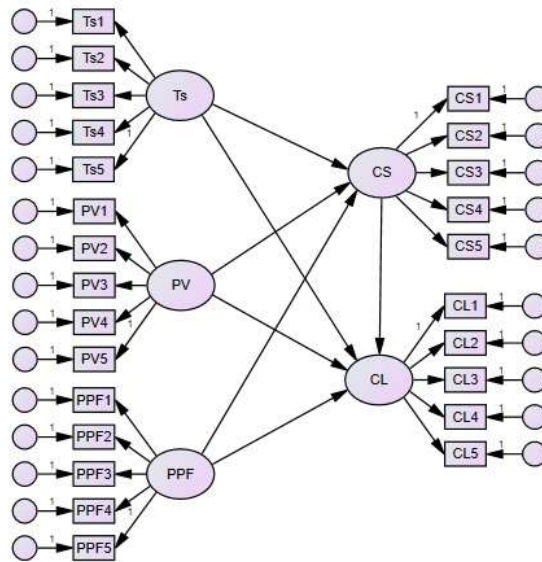
Sumber: (Surucu *et al.*, 2023; Verma dan Verma, 2023)

### 3.6.4 Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis hubungan antar variabel dalam penelitian ini ditunjukkan oleh nilai *standardized total effect*. Analisis data menginformasikan sejauh mana variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh atau hubungan, dengan kriteria pengujian berfokus pada perbandingan nilai t antar variabel dan nilai kritis (t-tabel). Untuk sampel yang besar ( $n > 30$ ) dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  nilai kritis adalah 1,96. Jika hubungan antar variabel memiliki nilai  $t > 1,96$ , maka dianggap signifikan.

### 3.6.5 Model SEM

Gambar 3.1 menunjukkan model SEM yang akan digunakan dalam penelitian ini.



**Gambar 3. 1 Model SEM**

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2023)