

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Peneliti berlangsung di wilayah Jakarta, Bogor, Depok. Tangerang serta Bekasi. Penelitian akan dilaksanakan bulan Oktober 2024 melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form lewat media social (Whatsapp, Line, Instagram, Facebook, serta Twitter).

Tabel 3. 1 Timeline Penelitian

No.	Keterangan	Bulan					
		Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov
1	Observasi dan Pengajuan Judul						
2	Penelitian Bab 1-3						
3	Seminar Proposal Skripsi						
4	Revisi Proposal Skripsi						
5	Penyusunan Bab 4 dan 5						
6	Sidang Akhir Skripsi						

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

B. Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan metode kuantitatif. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel *independen*, variabel *dependen*, dan variabel *intervening*. Adapun variabel *independen* dari penelitian ini adalah Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) dan variabel *dependen* adalah Minat Beli Ulang (Y). Sedangkan variabel *intervening* dari penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Z).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu daerah umum mencakup objek ataupun subjek yang dengan mutu serta ciri khas tertentu yang ditetapkan peneliti agar dapat dikaji serta disimpulkan (Sugiyono 2018). Populasi dalam penelitian pembeli yang pernah melaksanakan pembelian produk *Calm Down Moisturizer* di Shopee somethinc di wilayah Jabodetabek. Dalam hal ini, jenis populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu populasi infinite sebab peneliti tidak tahu pasti total pembeli produk *Calm Down Moisturizer* pada Shopee somethinc di Wilayah Jabodetabek.

2. Sampel

Mengacu pada gagasan Sugiyono (2019), sampel merupakan subset yang merefleksikan ciri khas dan kuantitas dari sebuah populasi. Pada penelitian ini, metode pemilihan sampel memakai pendekatan non probability sampling, yang mana tidak keseluruhan elemen populasi berkesempatan setara agar dapat terpilih sebagai sampel. Secara spesifik, teknik yang diterapkan adalah purposive sampling, yang mempertimbangkan kriteria dan karakteristik tertentu dalam pemilihan sampelnya.

1. Berdomisili pada daerah Jabodetabek.
2. Berusia lebih dari 17 tahun.
3. Pernah melakukan pembelian produk *Calm Down Moisturizer* di Shopee dalam waktu 3 bulan terakhir.

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* sebab tidak seluruh sampel memenuhi syarat sesuai dengan yang telah sudah ditetapkan peneliti. Peneliti menggunakan jumlah responden minimal 200 responden yang telah memenuhi syarat itu sesuai dengan *critical sample size* untuk analisis menggunakan LISREL. Menurut Hair et, al. (2010) Untuk analisis menggunakan LISREL dan teknik SEM (*Structural Equation Modeling*),

ukuran sampel minimal yang sering disarankan adalah sekitar 200 responden. Ini karena ukuran sampel yang lebih besar cenderung menghasilkan estimasi parameter yang lebih stabil dan meningkatkan daya generalisasi hasil.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian metode pengumpulan data yang digunakan ialah data primer. Data primer memiliki definisi yaitu data asli yang dihimpun mandiri oleh peneliti agar dapat memberi jawaban atas permasalahan penelitian secara khusus. Data primer ini didapat oleh peneliti dengan menyebarkan kuesioner kepada warga Jabodetabek yang bersedia untuk mengisi dan menjadi responden penelitian ini guna untuk membantu peneliti mendapatkan informasi mengenai variabel yang ada di dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan jejaring sosial seperti WhatsApp, Line, dan Instagram sebagai alat untuk menyebarkan kuesioner penelitian yang akan diisi oleh minimal 200 calon responden yang telah memenuhi syarat kebutuhan penelitian ini.

E. Operasionalisasi Variabel Penelitian serta Pengukurannya

1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian mencakup variable terikat (*dependent*), variable bebas (*independent*), serta variabel mediasi (*intervening*).

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Pada penelitian, variabel bebasnya adalah Harga (X1) serta Kualitas Produk (X2)

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat penelitian merupakan Minat Beli Ulang (Y)

c. Variabel Mediasi (*Intervening*)

Selain dua variabel diatas, penelitian ini juga memakai Variabel Intervening dimana variabel ini menjembatani atau memberikan mediasi pada pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Variabel *intervening* dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Konsumen (Z).

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Harga (X1)	Keterjangkauan harga	<i>I bought Pixy cosmetic products because the prices are relatively affordable</i>	<i>Calm Down Moisturizer</i> mempunyai harga yang terjangkau	Evi & Pramesworo (2023)
	Daya saing harga	<i>Pixy's cosmetic products are comparable to competitors' prices</i>	<i>Calm Down Moisturizer</i> mempunyai harga yang sebanding dengan harga pesaing	
		<i>I bought Pixy cosmetic products because the prices offered were competitive with other product brands</i>	Saya membeli <i>Calm Down Moisturizer</i> karena harga yang ditawarkan berkompetisi dengan merek produk lainnya	
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	<i>The price of Pixy cosmetics is in accordance with the quality of the product</i>	<i>Calm Down Moisturizer</i> mempunyai harga yang sepadan pada kualitas yang diberi	
	Kesesuaian harga dengan manfaat	<i>The price of Pixy cosmetic products is in accordance with the benefits that I feel</i>	<i>Calm Down Moisturizer</i> mempunyai harga yang sepadan dengan manfaat yang diberi	
	Performance	<i>I think Wardah</i>	<i>Calm Down Moisturizer</i> dikemas	Tjahjono et al., (2021)

	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Kualitas Produk (X2)		<i>cosmetic products are well and safe packaged</i>	dengan baik dan aman	Kastulani & Septiana, (2023)
	<i>Reliability</i>	<i>The product is safe when used</i>	<i>Calm Down Moisturizer</i> aman saat digunakan	
	<i>Conformance to specifications</i>	<i>I think Wardah cosmetic products have the SNI standardized composition</i>	<i>Calm Down Moisturizer</i> memiliki komposisi yang berstandar SNI	
	<i>Durability</i>	<i>Period time expire product Wardah long</i>	<i>Calm Down Moisturizer</i> memiliki waktu kadaluwarsa yang lama	
	<i>Aesthetics</i>	<i>Products have an attractive design</i>	<i>Calm Down Moisturizer</i> mempunyai desain yang menarik	
Minat Beli Ulang (Y)		<i>I intend to continue purchasing Bio Beauty Lab's products in the future</i>	Saya berniat untuk membeli kembali <i>Calm Down Moisturizer</i> di masa mendatang	Jalil et al., (2021)
	Minat transaksional	<i>I would like to continue using Bio Beauty Lab's products</i>	Saya ingin terus menggunakan <i>Calm Down Moisturizer</i>	
		<i>I likely to repurchase cosmetic products from</i>	Saya berniat untuk membeli kembali <i>Calm Down</i>	

	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
		<i>cosmetic online stores soon</i>	Moisturizer dari Shopee	
	Minat preferensial	<i>Would buy this product rather any other brands available</i>	Saya akan memilih <i>Calm Down Moisturizer</i> dibandingkan dengan merek lain	Cyntya & Berlianto, (2023)
	Minat referensial	<i>Willing to recommend others to buy this product</i>	Saya bersedia merekomendasikan <i>Calm Down Moisturizer</i> kepada orang lain	
Kepuasan Konsumen (Z)		<i>I am satisfied with my experience in buying Bio Beauty Lab's products</i>	Saya merasa puas dengan pengalaman saya dalam membeli <i>Calm Down Moisturizer</i>	Cyntya & Berlianto, (2023) ;
	Kesesuaian harapan	<i>I am satisfied with Bio BeautyLab's customer relation</i>	Saya merasa puas dengan hubungan pelanggan <i>Calm Down Moisturizer</i>	
		<i>Products following consumer expectations and needs</i>	Saya merasa puas dengan produk <i>Calm Down Moisturizer</i> karena sesuai harapan dan kebutuhan konsumen	
	Kesediaan merekomendasikan	<i>Consumers are satisfied with the product so that able to recommend it to other potential customers</i>	Saya merekomendasikan <i>Calm Down Moisturizer</i> kepada calon konsumen lain karena merasa puas	Kastulani & Septiana, (2023)

	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
	Minat membeli kembali	<i>Consumers are interested in making repeat purchases of products</i>	Saya akan melakukan pembelian ulang <i>Calm Down Moisturizer</i> karena merasa puas	

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

2. Skala Pengukuran

Penelitian mengadopsi skala Likert sebagai instrumen pengukuran dalam kuesionernya. Penggunaan skala Likert ditujukan untuk mengevaluasi sejauh mana responden menyetujui setiap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner. Dalam pengumpulan datanya, peneliti memilih menggunakan skala dengan 6 (enam) pilihan jawaban. Menurut Sukardi (2021), pemilihan jumlah pilihan genap ini bermaksud meminimalisir responden cenderung memilih jawaban netral, yang dapat mengurangi keakuratan informasi yang diperoleh. Berikut merupakan bobot penilaian pada kuesioner tersebut:

Tabel 3. 3 Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Agak Tidak Setuju (ATS)	3
Agak Setuju (AS)	4
Setuju (S)	5
Sangat Setuju (SS)	6

Sumber: Sukardi (2021)

F. Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian akan menggunakan teknik pengolahan serta analisis data SEM (*Structural Equation Modeling*), yang diaplikasikan melalui perangkat lunak LISREL yang dibantu dengan SPSS.

G. Uji Instrumen

1. Analisis Deskriptif

Pada proses analisis data penelitian, terdapat dua pendekatan statistik yang dapat diterapkan: statistik deskriptif serta statistik inferensial. Pada penelitian ini, pendekatan yang dipilih adalah analisis deskriptif. Metode analisis ini dipakai dengan tujuan memberi deskripsi komprehensif mengenai respon-respon yang diberikan oleh para partisipan terhadap setiap item pertanyaan dalam kuesioner yang telah dirancang.

2. Uji Validitas

Validitas suatu kuesioner mengacu pada kemampuannya dalam memperkirakan apa yang sepatutnya diukur, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2019). Pengujian validitas mempunyai tujuan memastikan bahwa data yang terkumpul mutlak mencerminkan apa yang ingin diukur. Semakin tinggi validitas sebuah instrumen penelitian, semakin akurat pula hasil pengukurannya mencapai tujuan penelitian. Pada penelitian ini, validitas diuji memakai metode corrected item total correlation melalui tingkat signifikansi 5%. Kriteria penilaian validitasnya adalah: suatu item dinyatakan valid jika nilai r hitung melebihi r tabel, dan di sisi lain item diyakini tidak valid bila r hitung tidak mencapai r tabel.

3. Uji Reliabilitas

Widiyanto yang dikutip pada Raharjo (2017) mendefinisikan uji reliabilitas sebagai metode untuk mengukur konsistensi suatu alat ukur, yakni kemampuannya untuk menghasilkan hasil yang stabil dan dapat diandalkan meski dipakai berkali-kali. Kuesioner diyakini reliabel ketika responden memberikan jawaban yang konsisten dan stabil terhadap instrumen tersebut, bahkan ketika pengukuran diulang. Dalam menentukan tingkat reliabilitas, terdapat beberapa standar pengukuran:

nilai reliabilitas di bawah 0,6 dikategorikan kurang baik, nilai 0,7 dianggap dapat diterima, sedangkan nilai 0,8 menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik.

4. Uji Kesesuaian Model

Uji kesesuaian model dilaksanakan guna menguji kebaikan hasil observasi tertentu dengan nilai harapan (Sanusi, 2013). Pada penelitian ini, uji kesesuaian model mengacu pada gagasan (Haryono, 2017) alat uji model SEM yaitu:

a. *Absolute fit measures* (Ukuran kecocokan mutlak)

Menurut Haryono (2017), absolute fit measures atau ukuran ketepatan mutlak digunakan dalam mengevaluasi seberapa baik model secara menyeluruh (baik model pengukuran maupun struktural) dapat memprediksi matriks korelasi dan kovarian. Terdapat beberapa indikator pengukuran dalam *absolute fit measures*:

- 1) *Chi Square* merupakan indikator yang menilai kecocokan model secara menyeluruh dengan mengukur beda pada sampel serta matriks kovarians. Model dianggap memiliki kecocokan sempurna bila angka Chi Square yaitu nol (0) atau tidak melebihi tiga (3).
- 2) *Root Mean Square Residual* (RMSR) mengukur rerata residual matriks korelasi ditinjau melalui hasil estimasinya. Model dapat dikemukakan fit bila angka RMSR tidak melebihi 0,05.
- 3) *Goodness of Fit Index* (GFI) menunjukkan seberapa akurat model dalam menghasilkan matriks kovarians yang ditinjau. Model dikatakan fit bila angka GFI sama dengan atau melebihi 0,9.
- 4) *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) berfungsi untuk memperkirakan deviasi nilai parameter dalam model pengukuran matriks kovarians populasi.

Terdapat tiga kategori penilaian: model dikategorikan close fit jika RMSEA tidak melebihi 0,05; good fit bila RMSEA berada di antara 0,05 dan 0,08; serta poor fit bila RMSEA melebihi 0,08.

b. *Incremental Fit Measures* (Ukuran kecocokan incremental)

Incremental Fit Measures merupakan derajat kecocokan relatif yang dipakai dalam melakukan perbandingan model yang diajukan dengan model landasan pada suatu penelitian. Pengukuran ini mencakup beberapa indikator:

- 1) *Adjusted Goodness of Fit* (AGFI) adalah pengembangan dari GFI yang sudah ditetapkan melalui perbandingan antara degree of freedom (df) null model serta degree of freedom (df) model yang dihipotesiskan. Model dikategorikan good fit jika nilai AGFI minimal 0,9, sedangkan nilai AGFI antara 0,8 hingga 0,9 mengindikasikan marginal fit.
- 2) *Comparative Fit Index* (CFI) yaitu indikator yang tidak dipengaruhi oleh besarnya sampel serta dimanfaatkan untuk mengevaluasi kesesuaian model penelitian. Nilainya berkisar antara 0 hingga 1, yaitu semakin mencapai 1 menunjukkan level penerimaan model semakin tinggi. Model dianggap good fit bila nilai CFI minimal 0,9, sementara nilai antara 0,8 hingga 0,9 menunjukkan marginal fit.
- 3) *Non Normed Fit Index* (NNFI) berfungsi sebagai alat evaluasi analisis faktor yang telah dikembangkan untuk SEM. Dengan rentang nilai 0 hingga 1, model diklasifikasikan sebagai good fit bila angka NNFI minimal 0,9, sedangkan nilai antara 0,8 hingga 0,9 mengindikasikan marginal fit.

Tabel 3. 4 Goodness of Fit Indices

No.	Goodness of Fit Indices	Cut Of Values
1	Chi Square	Semakin kecil semakin baik
2	RMSR	$\leq 0,05$
3	GFI	$\geq 0,09$
4	RMSEA	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$
5	AGFI	$\geq 0,09$
6	CFI	$\geq 0,09$
7	NNFI	$\geq 0,09$

Sumber: Haryono (2017)

5. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Metodologi analisis penelitian ini menerapkan pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) diimplementasikan melalui perangkat lunak LISREL (Linear Structural Relationship). Analisis ini tidak hanya berfokus pada pengujian hubungan sebab-akibat antar variabel, tetapi juga menyelidiki elemen-elemen pembentuk variabel beserta kontribusi relatifnya. Dalam analisis model lengkap, akan dilakukan tiga tahap pengolahan data: standardisasi, dekomposisi efek, dan output terstandarisasi untuk mengidentifikasi besaran pengaruh langsung serta tidak langsung. Pengaruh langsung akan diidentifikasi melalui matriks BETA serta GAMMA dalam output LISREL, sementara pengaruh tidak langsung serta total efek akan dievaluasi melalui analisis indirect effect KSI pada variabel ETA yang tersedia dalam output LISREL.

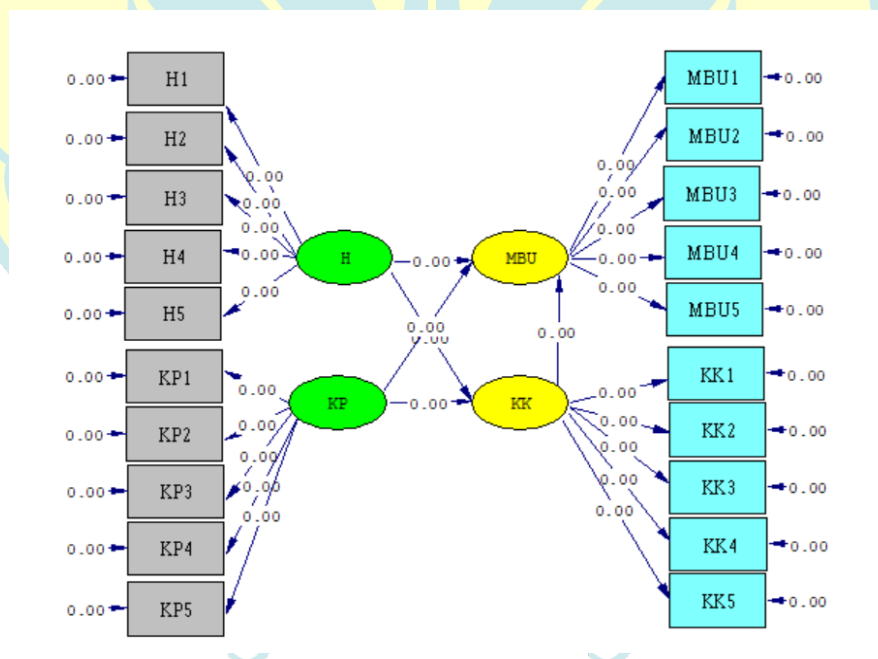
6. Uji Hipotesis

Pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung dalam penelitian ini memakai metode SEM (Structural Equation Modelling) diimplementasikan melalui software LISREL (Linear Structural Relationship). Penelitian ini tidak hanya menganalisis hubungan sebab-akibat antar variabel, tetapi juga mengevaluasi elemen-elemen yang

membentuk setiap variabel beserta kontribusi kuantitatifnya. Untuk menganalisis model secara menyeluruh, dilakukan tiga tahap analisis: standardize, effect decomposition, dan output standardized, yang bertujuan untuk mengidentifikasi besaran pengaruh langsung serta tidak langsung. Pengaruh langsung dapat diidentifikasi berdasarkan diagram BETA serta GAMA dalam output LISREL, sementara pengaruh tidak langsung serta total pengaruh dapat dilihat berdasarkan indirect effect KSI pada variabel ETA yang tercantum dalam output LISREL.

7. Model SEM

Wujud diagram full model SEM penelitian ini yaitu. Dimana H adalah Harga, KP yaitu Kualitas Produk, MBU adalah Minat Beli Ulang serta KK adalah Kepuasan Konsumen.



Gambar 3. 1 Path Model SEM
Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)