

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian deskriptif kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini. Pendekatan penelitian kuantitatif menunjukkan keterkaitan antar variabel yang diteliti. Mengumpulkan data dengan instrumen penelitian, dan pengolahan data kuantitatif atau terukur untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya Sugiyono (2013:8).

Metode survei digunakan dalam penyelidikan ini. Penelitian survei adalah pemeriksaan metodis yang mengumpulkan informasi tentang variabel penelitian. Menggunakan kuesioner terstruktur atau daftar pertanyaan Yusuf (2017:38).

B. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2013:80) Populasi adalah kategori yang luas dari hal-hal atau orang-orang dengan ciri-ciri dan atribut-atribut tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diselidiki dan kesimpulannya dibentuk. Populasi penelitian ini terdiri dari pelanggan yang telah membeli produk skincare Ms Glow di kota Samarinda.

2. Sampel

Dalam hal ukuran dan karakteristik, sampel mewakili populasi. Peneliti mungkin tidak dapat meneliti semua yang ada di populasi karena keterbatasan tenaga, dana, dan waktu; meskipun demikian, peneliti dapat menggunakan sampel yang dikumpulkan dari populasi untuk menarik kesimpulan tentang

populasi. sehingga sampel harus benar-benar mewakili populasi. Sugiyono (2013:81).

Pendekatan sampel yang digunakan pada penelitian ini disebut *Purposive Sampling*. Teknik sampel dengan perhatian khusus dikenal sebagai teknik pengambilan sampel yang memiliki pertimbangan tertentu. Sugiyono (2013). Kriteria dalam penentuan responden dalam penelitian ini adalah: (1) Jenis kelamin. (2) frekuensi pembelian dan pemakaian. (3) mendapatkan informasi tentang Ms Glow.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan pendapat Hair *et al*, (2014) adalah ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator dikali 10. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah jumlah indicator $15 \times 10 = 150$ responden sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah 150 responden. Akan tetapi untuk menghindari kesalahan dalam pengolahan data penelitian kuantitatif sampel dapat lebih dari jumlah sampel yang ditentukan sehingga jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 150 responden.

Data dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner. Kuesioner akan dibuat dengan menggunakan metode skala likert (skala likert). Skala Likert adalah skala lima poin yang digunakan untuk menentukan seberapa kuat subjek setuju dengan sebuah pernyataan, dengan poin-poin berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1
Tidak Setuju (TS)	= 2
Ragu/Netral	= 3

Setuju (S) = 4

Sangat Setuju = 5

Dalam penelitian ini, skala Likert 5 poin digunakan untuk mendapatkan skor kuesioner. Untuk menilai pertanyaan dalam kuesioner, setiap pilihan jawaban akan diberi skor, dan kemudian responden akan memilih untuk mendukung pernyataan (item positif) (item negatif) atau tidak. Variabel yang akan diukur diubah menjadi indikator variabel dengan menggunakan skala likert.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel-variabel pada penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pokok pembahasan dan batasan-batasan pengertian dari variabel tersebut. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah *product quality*, *purchase decision* dan *customer loyalty*. Pengukuran tiap-tiap variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Pengukuran variabel Penelitian

Variable	Item	Kuesioner	Sumber
<i>Product Quality</i> (X) (tingkatan baik buruknya dan kemampuan produk Ms Glow dalam memenuhi kebutuhan konsumen).	PQ1	Kualitas produk Ms Glow sangat baik.	Dachi (2020)
	PQ2	Kemasan produk Ms Glow sangat elegan.	
	PQ3	Produk Ms Glow tidak lengket di kulit.	
	PQ4	Pemakaian produk Ms Glow dapat bertahan hingga 12 jam.	
	PQ5	Produk Ms Glow sudah sesuai dengan standar komposisi yang ada dan kualitas yang	

		diharapkan.	
	PQ6	Produk Ms Glow dengan cepat mengatasi kulit berjerawat/ mencerahkan.	
	PQ7	Ms Glow memiliki pelayanan yang memuaskan.	
<i>Purchase Decision</i> (Y ₁)	PD1	Saya mencari informasi tentang produk Ms Glow	Dachi (2020)
(keputusan akhir dalam melakukan pembelian produk Ms Glow setelah mempertimbangkan hal-hal tertentu)	PD2	Saya yakin dengan keputusan saya untuk membeli produk Ms Glow	
	PD3	Saya menggunakan produk Ms Glow lebih dari 2x.	
	PD4	Saya merasa puas setelah melakukan pembelian produk Ms Glow.	
<i>Customer Loyalty</i> (Y ₂)	CL1	Untuk produk kecantikan, saya saya lebih menyukai produk Ms Glow daripada produk lain.	Dachi (2020)
(kesetiaan pelanggan terhadap produk Ms Glow).	CL2	Saya akan terus membeli produk Ms Glow untuk kedepannya.	
	CL3	Saya merekomendasikan produk Ms Glow kepada orang lain.	
	CL4	Saya menyampaikan hal hal positif tentang produk Ms Glow kepada orang lain.	

Sumber: Dachi (2020)

D. Sumber Data Penelitian

Subyek yang datanya dapat diperoleh disebut sebagai sumber data. Berdasarkan sumbernya, data dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu data utama dan data sekunder.

- a. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan sumber data kepada pengumpul data Sugiyono (2013:137). Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya melalui wawancara, kuesioner. Pada penelitian ini data primer yang digunakan adalah kuesioner, dimana kuesioner akan dibagikan kepada responden atau sumber data penelitian.
- b. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen Sugiyono (2013:137). Pada penelitian ini sumber data sekunder berasal dari literatur dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner untuk mengumpulkan data. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data di mana responden diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Sugiyono (2013:142).

Cara pengumpulan data menggunakan kuesioner adalah sebagai berikut: (1) membagikan kuesioner secara online kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian; (2) memberikan penjelasan tentang kuesioner; (3) responden mengisi kuesioner; (4) mengumpulkan kuesioner yang telah diisi; (5) kuesioner yang telah

diisi akan diseleksi. Pada penelitian ini kuesioner akan dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi informasi umum mengenai diri responden dan bagian kedua berisi pertanyaan yang berkaitan tentang pengaruh *Product Quality* terhadap *Purchase Decision* dan *Customer Loyalty*.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menganalisis data dengan software SmartPLS yang dioperasikan pada media komputer. PLS (Partial Least Squares) adalah analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang dapat menilai model pengukuran dan model struktural secara bersamaan. Untuk memverifikasi validitas dan reliabilitas digunakan model pengukuran. Untuk uji kausalitas digunakan model struktural. PLS (Partial Least Squares) adalah pendekatan pemodelan lunak karena tidak memerlukan data untuk diukur pada skala tertentu; maka jumlah sampel dapat dibatasi (di bawah 100 sampel).

Penelitian ini bermaksud untuk memperoleh data yang bersangkutan dengan pengukuran pengaruh *Product Quality* terhadap *Purchase Decision* dan *Customer Loyalty*.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif item variabel terdiri dari 5 item pernyataan dengan rentang pengukuran satu sampai lima, dan kategori skor rata-rata ditentukan dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut (Sudjana, 2005):

$$\text{Rentang skor} = \frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

Table 3.2 Tabel Analisis Deskriptif

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1,0-1,8
Tidak Setuju	1,9-2,7
Netral	2,8-3,6
Setuju	3,7-4,5
Sangat setuju	4,6-5,4

Sumber: Sudjana. 2005

2. Uji Validitas

Uji validitas mengukur derajat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dalam objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Validitas internal dan validitas eksternal adalah dua jenis validitas penelitian. Validitas internal mengacu pada konsistensi antara strategi penelitian dan hasil yang diperoleh. Validitas eksternal mengacu pada temuan penelitian yang dapat diekstrapolasi ke populasi dari mana sampel diambil Sugiyono (2013:267).

Validitas internal terdiri dari dua bagian: validitas kualitatif dan validitas konstruk. Validitas wajah dan validitas isi merupakan komponen validitas kualitatif. Kemampuan butir-butir dalam instrumen untuk mewakili topik yang diukur disebut validitas isi. Validitas penampilan menunjukkan bahwa item mengukur suatu konsep jika penampilan mereka menunjukkan mereka melakukannya. Validitas konstruk menggambarkan seberapa baik hasil pengukuran konsisten dengan ide-ide yang

digunakan untuk mendefinisikan konstruk. Salah satu teknik untuk menguji validitas konstruk adalah dengan melihat hubungan yang kuat antara konstruk dan item pertanyaan dan hubungan yang lemah dengan variabel lain. Validitas konstruk terdiri dari validitas konvergen dan diskriminan (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen mengacu pada gagasan bahwa ukuran konstruk harus sangat terhubung. Validitas konvergen terjadi ketika skor dari dua instrumen terpisah yang menilai konstruk yang sama menunjukkan korelasi yang kuat.

b. *Loading factor* atau *Outer Loading*.

Indikator loading factor (korelasi antara skor item/skor komponen dan skor konstruk) yang mengukur konstruk tersebut digunakan untuk menilai uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif. PLS biasanya menghitung faktor pemuatan menggunakan aturan praktis 0,7. Akibatnya, semakin besar nilai faktor pemuatan, semakin penting fungsi faktor pemuatan dalam menginterpretasikan matriks faktor.

b. *Average Variance Extracted (AVE)*.

Untuk menentukan validitas konvergen, kita dapat melihat angka *Average Variance Extracted (AVE)* selain *loading factor* atau pembebanan faktor luar. Jika AVE setiap konstruk lebih besar dari 0,5, diperlukan model yang baik.

2. Validitas Diskriminan

a. *Cross Loading*

Gagasan validitas diskriminan menyatakan bahwa ukuran konstruk yang berbeda tidak boleh sangat terkait. Validitas diskriminan terjadi ketika dua instrumen terpisah yang mengukur dua konstruk yang diharapkan tidak berkorelasi menghasilkan hasil yang tidak berkorelasi. Uji validitas diskriminan dievaluasi dengan menggunakan pengukuran *cross loading* konstruk dimana validitas diskriminan dinyatakan jika nilai indikator *cross loading* pada variabel tersebut paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya.

Tabel 3.3 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
Konvergen	faktor <i>loading</i>	Lebih dari 0,7
	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	Lebih dari 0,5
	<i>Communality</i>	Lebih dari 0,5
Diskriminan	Akar AVE dan Korelasi variabel laten	Akar AVE > Korelasi variabel laten
	<i>Cross loading</i>	Lebih dari 0,7 dalam satu variabel

Sumber: (Abdillah & Jogiyanto, 2015)

3. Uji Reliabilitas

a. *Composite Reliabilitas* dan *Cronbach's Alpha*

Selain uji validitas, PLS menjalankan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi internal alat ukur. Keakuratan, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur ditunjukkan oleh keandalannya. Uji reliabilitas PLS dapat menggunakan

dua metode: *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. *Cronbach's alpha* menilai batas bawah nilai reliabilitas konstruk, sedangkan *Composite reliability* mencerminkan nilai sebenarnya dari reliabilitas konstruk. Namun, *Composite reliability* dianggap lebih unggul dalam memperkirakan konsistensi internal konstruk. Pedoman umum adalah bahwa nilai alpha atau *composite reliability* harus lebih dari 0,7, namun 0,6 dapat diterima. Namun, jika validitas konsep terpenuhi, maka uji konsistensi internal tidak diperlukan. Karena konstruk yang valid adalah konstruk yang reliabel, tetapi konstruk yang reliabel tidak selalu valid.

4. Model struktural (*Inner Model*)

a. Goodness-Fit Model

Dalam PLS, model struktural dievaluasi menggunakan R^2 untuk konstruk dependen, nilai koefisien jalur, atau nilai t untuk setiap jalur untuk uji signifikansi antar konstruk. R^2 digunakan untuk menghitung derajat variasi perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik model prediksi model penelitian yang diajukan. Misalnya, jika R^2 adalah 0,7, ini menunjukkan bahwa 70% variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor di luar model yang diusulkan. Namun, R^2 bukan merupakan parameter mutlak dalam menentukan akurasi model prediksi karena hubungan teoritis merupakan parameter yang paling esensial dalam menjelaskan hubungan kausalitas.

Dalam pengujian hipotesis, nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat yang signifikan. Untuk hipotesis dua sisi, skor koefisien *path inner model*, seperti yang ditunjukkan oleh nilai *T-statistic*, harus lebih besar dari 1,96. (*two-tailed*) (Abdillah & Jogiyanto, 2015).