

3. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini saya melakukan di Jl. Pramuka, Sempaja Selatan., Kec. Samarinda ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur.

3.2 Jenis Penelitian

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono, (2020) menerangkan bahwa penelitian kuantitatif ialah metode penelitian yang beralaskan pada paradigma filsafat positivisme. Metode ini dianggap ilmiah karena mengikuti prinsip-prinsip keilmuan yang sistematis, objektif, terukur, rasional, dan konkret. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengevaluasi hipotesis dan teori yang telah dikembangkan pada sampel atau populasi tertentu sebagai subjek penelitian. Data dikumpulkan dengan menggunakan alat penelitian dan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif atau statistik.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Wahyu Purwanza et al., (2020) populasi adalah seluruh anggota hewan, sekelompok orang, peristiwa, atau benda yang hidup bersama disuatu tempat yang sama secara terencana yang darinya diambil kesimpulan hasil akhir suatu penelitian. Populasi terdiri dari dosen, mahasiswa, siswa, kurikulum, lembaga, fasilitas kampus, karyawan perusahaan, jenis tanaman, kegiatan pemasaran, kinerja produksi dan lain-lain. Dikarenakan data populasi pelanggan parfum Mykonos tidak diketahui jumlahnya di Indonesia sehingga populasi tersebut sekaligus digunakan sebagai sampel. Rumus Penelitian menggunakan rumus Cochran dikarenakan jumlah populasinya yang terlalu besar dan tidak diketahui. Berikut rumus Cochran:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

z : Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96%

p : peluang benar 50% = 0,5

q : peluang salah 50% = 0,5

e : margin error 10%

Peneliti kemudian menghitung jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian dengan menggunakan rumus Cochran yang telah disebutkan sebelumnya. Angka yang dihasilkan dari perhitungan tersebut adalah jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian.

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$\frac{n = 1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 96,04 responden, berdasarkan temuan perhitungan sampel yang dilakukan dengan menggunakan metode Cochran yang telah disebutkan sebelumnya. Namun jumlah ini kemudian di bulatkan menjadi 97 dan dikenakan menjadi 100 responden.

Unit analisis mencakup individu, perusahaan dan entitas lain yang merespons tindakan atau perlakuan dalam penelitian. Menetapkan unit analisis sangat penting bagi peneliti untuk mengidentifikasi dan menentukan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, pelanggan yang pernah membeli wewangian Mykonos dijadikan unit analisis. Mencari tahu bagaimana harga dan persepsi konsumen terhadap suatu merek mempengaruhi kebiasaan membeli mereka adalah motivasi utama penelitian ini.

3.4 Sumber Data

Data primer, yaitu informasi yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri, digunakan dalam penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2020), Peneliti mengandalkan sumber data primer ketika membutuhkan informasi. Untuk penelitian ini, responden akan mengisi kuesioner yang didistribusikan secara online melalui Google Formulir dan disebarluaskan melalui berbagai saluran media yang relevan dengan partisipan penelitian, untuk memastikan pengumpulan data yang komprehensif.

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.5.1 Definisi Operasional

Sugiyono, (2020) Definisi operasional berkaitan dengan pendefinisian karakteristik atau nilai spesifik dari suatu objek atau fenomena yang dapat bervariasi, yang diselidiki dan dianalisis oleh para peneliti untuk menarik kesimpulan. Variabel yang terlibat biasanya meliputi variabel independen (X1 dan X2) yang memberikan pengaruh pada variabel dependen (Y). Variabel-variabel tersebut digunakan untuk menjelaskan definisi operasional dari penelitian. Oleh karena itu, penjelasan mengenai variabel-variabel tersebut dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No	Variabel	Kode	Indikator	Sumber
1.	Citra Merek	CM1	Merek parfum Mykonos lebih unggul dipasaran jika kita bandingkan dengan produk parfum lainnya	(Putri, 2019)
		CM2	Merek parfum Mykonos memiliki berbagai jenis aroma	
		CM3	Pemasaran yang di lakukan oleh Mykonos dapat menjangkau berbagai kalangan	
		CM4	Desain produk parfum Mykonos yang unik membuat saya tidak bosan saat membeli varian lainnya	
		CM5	Logo pada produk Mykonos lebih elegant berbeda dengan brand lokal lainnya	
2.	Harga Produk	HP1	Parfum Mykonos terjangkau dari segi harga	(Olowogboye, 2017)
		HP2	Harga parfum adalah hal pertama dan paling saya pertimbangkan yang mempengaruhi keputusan saya	
		HP 3	Pilihan saya terhadap Parfum sangat berpengaruh dengan harga	
		HP4	Saya bersedia membeli parfum meskipun harganya lebih tinggi dari harga pasarannya	
3.	Keputusan Pembelian	KP1	Membeli parfum Mykonos karena citra merek yang mereka bikin sangat baik	(Sari, 2018)
		KP2	Membeli parfum Mykonos karena kualitas produknya yang baik	
		KP3	Parfum Mykonos mengerti apa yang konsumen inginkan	
		KP4	Mendapatkan informasi mengenai produk parfum mykonos dari sosial media	

		KP5	Melakukan perbandingan sebelum membeli parfum Mykonos dengan merek lain	
		KP6	Membeli parfum Mykonos karena review dari orang lain	
		KP7	Membeli parfum Mykonos karena kebutuhan	
		KP8	Puas dengan produk parfum Mykonos yang telah dibeli	

3.5.2 Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, Skala Likert digunakan untuk pengukuran setiap variabel. Menurut Sugiyono, (2020) ketika mengukur pemikiran, perasaan, dan perspektif masyarakat mengenai isu-isu sosial, skala Likert adalah alat yang berguna. Fenomena masyarakat ini dicirikan oleh peneliti dan diberi nama sebagai variabel penelitian ketika digunakan dalam suatu setting penelitian. Karakteristik tersebut diubah menjadi indikator yang dapat diukur dengan menggunakan Skala Likert. Indikator-indikator ini memberikan landasan bagi instrumen, yang seringkali berupa pernyataan atau pertanyaan. Tanggapan Skala Likert pada instrumen dimulai dengan menggunakan simbol seperti SS, S, RG, TS, dan STS. Penilaian yang menggunakan Skala Likert ini dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Jawaban Responden	Kode	Skor
Sangat Setuju	S	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan metode Sempel Random Sampling saat menyebarkan kuesioner kepada pelanggan produk parfum Mykonos. Memilih anggota sampel secara acak dari suatu populasi tanpa memperhatikan persamaan atau stratifikasi membuat metode Simple Random Sampling mudah digunakan. Untuk populasi yang secara statistik serupa, pendekatan ini berhasil dengan baik. Kuesioner, yang terdiri dari serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang ditulis dan diberikan kepada responden untuk mendapatkan tanggapan mereka, digunakan

untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Peneliti dapat memaksimalkan validitas kuesioner dengan merencanakan secara hati-hati variabel yang akan diukur dan jenis jawaban yang ingin diperoleh. Selain itu, penelitian yang melibatkan kelompok responden yang besar dan tersebar secara geografis cocok digunakan dalam survei kuesioner. Kontak langsung, layanan pos, atau platform internet semuanya dapat digunakan untuk menyebarkan kuesioner, yang dapat bersifat terbuka atau tertutup (Sugiyono, 2020).

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode Partial Least Squares (PLS) yang dioperasionalkan dengan bantuan software SmartPLS versi 3.0. PLS dipilih untuk melakukan *Structural Equation Modeling* (SEM) karena dianggap memiliki keunggulan dibandingkan dengan metodologi SEM alternatif. SEM memfasilitasi analisis jalur dengan variabel laten, yang khususnya bermanfaat dalam penelitian ilmu sosial. PLS, sebagai bagian dari SEM, menonjol sebagai metode analisis yang kuat karena tidak adanya asumsi yang ketat. Pemanfaatannya juga memungkinkan penanganan distribusi data multivariat yang tidak normal. Artinya, indikator dengan skala yang beragam seperti kategori, ordinal, interval, dan rasio dapat dimasukkan ke dalam model yang sama. Selain itu, PLS unggul dalam mengakomodasi penelitian dengan ukuran sampel yang sederhana. Oleh karena itu, PLS memberikan pendekatan analisis data yang fleksibel dan kuat, khususnya cocok untuk penelitian ilmu-ilmu sosial (Ghozali & Latan, 2015).

Metodologi Partial Least Squares (PLS) menawarkan keunggulan tidak hanya dalam konfirmasi teori tetapi juga dalam menjelaskan hubungan antar variabel laten. Hal ini sangat berguna untuk penelitian yang berfokus pada prediktif karena kemampuannya untuk memverifikasi teori secara efektif. Selain itu, PLS memungkinkan analisis konstruk secara bersamaan yang terdiri dari indikator reflektif dan formatif, sebuah kemampuan yang tidak ada dalam Structural Equation Modeling (SEM) berbasis kovarians karena potensinya untuk menghasilkan model yang tidak teridentifikasi. Pemilihan PLS untuk penelitian ini didasarkan pada adanya empat variabel laten yang dibentuk oleh indikator reflektif, dengan menggunakan pendekatan pengukuran reflektif tingkat kedua untuk menilai variabel-variabel ini. Pengukuran reflektif menyatakan bahwa variabel laten mempengaruhi indikator-indikatornya, yang mencerminkan hubungan sebab akibat yang berasal dari konstruk laten terhadap indikator atau manifestasinya (Ghozali & Latan, 2012). Oleh karena itu, memahami hubungan antar variabel laten sangatlah penting. Strategi yang dikenal sebagai model komponen hierarki, yang menggunakan indikasi berulang, digunakan untuk memperkirakan faktor orde kedua. Meskipun metode ini memerlukan replikasi variabel atau indikator aktual, metode ini memiliki manfaat karena memungkinkan model dinilai menggunakan teknik PLS konvensional (Ghozali & Latan, 2015).

3.7.1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

A. Uji Validitas

1. Convergent Validity

Analisis konvergensi digunakan untuk menilai sejauh mana setiap pertanyaan dalam instrumen pengukuran mencerminkan dimensi yang sama dari variabel yang diukur. Evaluasi ini melibatkan signifikansi statistik dari masing-masing pertanyaan, yang diukur dengan kelebihan dua kali standar error. Pertanyaan yang signifikan tersebut dianggap relevan untuk

mengukur dimensi yang diteliti. Validitas konvergensi terverifikasi jika setiap variabel memperoleh nilai Average Variance Extracted (AVE) lebih dari 0,5 dan loading setiap item melebihi 0,5. Dengan demikian, interpretasi data didasarkan pada kesesuaian pertanyaan dengan dimensi variabel yang diukur dan konsistensi statistik dari nilai-nilai yang diperoleh (Ghozali & Latan, 2012).

2. Average Variance Extracted (AVE)

Uji validitas ini dilakukan dengan menghitung rerata nilai average variance extracted (AVE) antar item pertanyaan. Nilai AVE menggambarkan proporsi average variance extracted yang dijelaskan oleh indikator konvergen suatu variabel. Kriteria yang dianggap baik adalah jika nilai AVE dari setiap item pertanyaan melebihi 0,5 (Ghozali & Latan, 2015).

3. Discriminant Validity

Analisis validitas diskriminan bertujuan untuk menilai sejauh mana variabel yang berbeda menunjukkan perbedaan yang signifikan. Prosedur ini memastikan bahwa korelasi antar variabel lebih besar dibandingkan korelasinya dengan variabel lain. Melihat nilai cross-loading adalah pendekatan lain. Dalam strategi ini, kami mencari variabel yang ekspresinya memiliki nilai cross-loading yang lebih besar dengan satu variabel dibandingkan dengan variabel lainnya, dibandingkan dengan nilai korelasinya (Ghozali & Latan, 2012).

B. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali & Latan, (2015) reliabilitas mengacu pada teknik yang digunakan untuk menilai konsistensi kuesioner dalam kaitannya dengan konstruk atau variabel tertentu. Jika responden secara konsisten memberikan jawaban yang sama pada kuesioner dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dapat diandalkan. Tujuan penilaian reliabilitas adalah untuk mengukur keakuratan, konsistensi, dan reliabilitas instrumen dalam menilai konstruk tertentu. Area indikator refleksi sering menggunakan metode seperti Composite Reliability dan Cronbach's Alpha. Koefisien reliabilitas komposit atau Cronbach's alpha yang lebih tinggi dari 0,7 menunjukkan reliabilitas konstruk yang cukup dalam penelitian konfirmatori. Biasanya, angka ketergantungan antara 0,6 dan 0,7 dianggap sesuai untuk tujuan penelitian.

3.7.2. Model Struktural (*Inner Model*)

Analisis Inner Model atau Evaluasi Model Struktural adalah prosedur metodologis yang dirancang untuk menilai sejauh mana kemampuan prediksi dari keterkaitan variabel laten selaras dengan dasar-dasar teori yang mendasari penelitian. (Ghozali & Latan, 2015). Pada studi ini, analisis Inner Model melibatkan pengujian terhadap:

A. Coefficient of Determinasi (R-Square)

Untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabilitas variabel dependen digunakan koefisien determinasi R-Square. Nilai R-Square sebesar 0,75 diduga menunjukkan tingkat penjelasan tinggi, nilai 0,50 tingkat sedang, dan nilai 0,25 tingkat rendah. Ini adalah kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas koefisien R-Square.

B. Effect Size (F-square)

F square digunakan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruhnya pada konstruk Independent. Menurut Ghozali & Latan, (2015) berdasarkan ketiga kriteria penafsiran nilai f-squared, nilai 0,2 berdampak kecil, 0,15 berdampak sedang, dan 0,35 berpengaruh besar pada tingkat operasional.

C. Predictive Relevance (Q-square)

Kualitas nilai hasil observasi dapat diamati dari penilaian yang diberikan. Jika nilai relevansi prediktif Q^2 melebihi 0, ini menandakan bahwa prediksi berhasil. Pengukuran menunjukkan bahwa variabel laten eksogen mempunyai kinerja yang andal, dengan pengaruh sedang sebesar 0,15 dan 0,35, dan pengaruh kuat masing-masing sebesar 0,02 dan 0,02. Hasil ini menunjukkan ketergantungan variabel sebagai prediktor variabel laten endogen, sehingga memberikan kepercayaan terhadap keandalan observasi yang tinggi (Henseler et al., 2015).

D. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis mengikuti analisis Outer Model yang disebut juga Evaluasi Pengukuran, dan Inner Model yang disebut juga Evaluasi Struktural. Dalam upaya untuk menjelaskan sifat hubungan antara variabel eksogen dan endogen, proses ini memperkirakan nilai statistik dan probabilitas. Dengan nilai p-value 5%, nilai probabilitas kritis seringkali lebih rendah dari 0,05. Sementara itu, alpha 5% untuk t-tabel ditetapkan sebesar 1,96, yang menciptakan kriteria dimana t-statistik harus melebihi ambang batas tersebut (Ghozali & Latan, 2015). Setelah menganalisis penilaian model eksternal atau pengukuran dan penilaian model internal atau struktural, (Ghozali & Latan, 2015). Keputusan tentang hipotesis dibuat berdasarkan diterima atau ditolak statistik yang ditentukan oleh tingkat signifikansi yang dipilih. Ambil contoh tingkat signifikansi 5%; ini setara dengan tingkat kepercayaan 0,05. Jika probabilitas yang dihitung (nilai p) kurang dari atau sama dengan 0,05, maka hipotesis ditolak. Kemungkinan 5% untuk mendapatkan pilihan yang salah dan 95% untuk mendapatkan pilihan yang benar tersirat oleh tingkat signifikansi 5% (0,05) yang digunakan dalam penelitian ini. Pengambilan keputusan analitis didasarkan pada hal-hal berikut:

P-value < 0,05: H0 ditolak atau H1 diterima

P-value > 0,05: H0 diterima atau H1 ditolak

Nilai p-value menunjukkan probabilitas bahwa data yang diamati, atau data yang lebih ekstrem, dapat terjadi dengan asumsi bahwa hipotesis nol adalah benar. Biasanya ditetapkan pada 0,05, nilai ini menandakan ambang batas di bawahnya di mana hipotesis nol ditolak, menunjukkan hasil yang signifikan secara statistik di mana probabilitas membuat kesalahan tipe I (salah menolak hipotesis nol) adalah 5%, sedangkan probabilitas menerimanya dengan benar adalah 95%.

