

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Berlian Indah, yang terletak di jalan Jln. Yos Sudarsono 125, Pelabuhan Samarinda yang mana merupakan obyek penelitian dan subjek penelitian ini adalah konsumen Skintific di Berlian Indah Samarinda.

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, yakni pendekatan penelitian yang terstruktur, direncanakan, dan sistematis. Penelitian kuantitatif dicirikan oleh metodologi yang sistematis, terencana dan terorganisir dengan baik. Menyelidiki masalah-masalah sosial melalui penerapan metodologi pengujian hipotesis dengan menggunakan variabel-variabel yang diukur secara numerik adalah inti dari penelitian kuantitatif. Keakuratan prediksi teori dievaluasi dengan proses statistik setelah pengukuran dilakukan (Ali *et al.*, 2022). Tujuan menyeluruh dari jenis penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menilai objek penelitian dengan menggunakan data empiris yang tersedia di dalam konteks perusahaan. Tujuan akhirnya adalah untuk menarik kesimpulan dari analisis tersebut (Sugiyono, 2019).

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, subjek nya yaitu orang-orang yang menggunakan produk Skintific. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk emilih responden. Metode pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu. Tujuannya untuk memilih sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian memungkinkan diperolehnya informasi yang lebih rinci dan khusus (Santina *et al.*, 2021). Penulis memutuskan ukuran sampel yang tepat dengan menggunakan rumus Lemeshow. Penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan ukuran sampel yang tepat (Baskara *et al.*, 2023).

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96p = peluang benar 50% (0,5)

q = peluang salah 50% (0,5)

e = tingkat kesalahan sampel (sampling error), dalam penelitian ini 10% (0,1)

Data awal menunjukkan bahwa 96 peserta akan memberikan sampel yang valid secara statistik untuk investigasi ini. Keputusan dibuat untuk membulatkannya menjadi 100 untuk memfasilitasi pengambilan sampel. Diharapkan bahwa hasil penelitian dapat dipercaya dengan ukuran sampel yang sesuai ini, karena memastikan bahwa populasi terwakili. Untuk mempermudah pengumpulan data dan menjamin analisis yang relevan dan valid dalam penelitian ini, angka-angka tersebut disederhanakan.

3.4 Unit Analisis

Unit analisis adalah orang atau benda yang akan diukur kualitasnya. Aspek yang tidak terpisahkan dari penelitian ini adalah unit analisis. Pelanggan individu dari merek perawatan kulit Skintific yang dijual di Berlian Indah Samarinda adalah titik data utama dalam penelitian ini. Meneliti pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap pilihan konsumen adalah tujuan utama dari penelitian ini.

3.5 Sumber Data

Setiap entitas yang memiliki potensi untuk memasok data yang diperlukan dengan informasi yang relevan dianggap sebagai sumber informasi. Sumber data primer dan sekunder digunakan untuk mengklasifikasikan data:

1. Data primer

Menurut Saraswati (2021), data primer berasal dari sumber di mana pengumpul informasi didekati secara langsung. Pelanggan merek Skintific di Berlian Indah Samarinda disurvei menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data utama penelitian ini.

2. Data sekunder

Data yang telah dikumpulkan dan digunakan untuk membantu memecahkan suatu masalah dikenal sebagai data sekunder (Saraswati, 2021). Publikasi ilmiah sebelumnya dalam bentuk jurnal menyediakan data yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.6.1 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang menetapkan hubungan antara variabel penelitian dan teknik pengukuran. Untuk membantu peneliti dalam proses pengukuran, definisi ini mengubah gagasan abstrak menjadi sesuatu yang lebih nyata dan terukur (Ridha, 2017).

Harga, kualitas produk, dan kualitas layanan merupakan aspek yang berperan dalam keputusan akhir konsumen untuk membeli. Sederhananya, variabel independen adalah segala sesuatu selain variabel dependen yang dapat mengubah nilainya. Variabel independen, yang juga dikenal sebagai variabel eksternal, mempengaruhi atau menjadi akibat dari variabel dependen, yang juga dikenal sebagai variabel terikat. Variabel endogen adalah nama lain dari variabel ini (Ridha, 2017). Variabel-variabel yang dibahas telah dioperasionalkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variable	Indikator	No item
Harga (X1) (Septyadi <i>et al.</i> , 2022)	1. Keterjangkauan harga.	1, 2
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3
	3. Daya saing harga	4
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	5
Kualitas Produk (X2) (Maryati & Koiri, 2022)	1. Kinerja (<i>Performance</i>)	1
	2. <i>Range and type of features</i>	2
	3. <i>Realibility atau durability</i>	3
	5. <i>Ethical profile and image</i>	5
Kualitas Layanan (X3) (Maryati & Koiri, 2022)	1. <i>Tangible/fakta</i>	1
	2. <i>Realibility/keandalan</i>	2
	3. <i>Responsiveness/ kemampuan tanggapan</i>	3
	4. <i>Assurance/tanggung</i>	4
	5. <i>Empathy/empati</i>	5
Keputusan pembelian (Y) (Maryati & Koiri, 2022)	1. Kemantapan produk	1
	2. Terdapat kebiasaan membeli	2,3
	3. Rekomendasi dari orang lain	4
	4. Adanya pembelian ulang	5

Sumber Data: Diolah peneliti (2024)

Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Kode	Origin	Adaption	Sumber
Harga (X1)	Menurut Satit <i>et al.</i> , (2012) harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan, hasil penelitiannya agen perjalanan dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan menawarkan dan menarik serta kompetitif. Harga, dan dengan memberikan diskon khusus (Andreti <i>et al.</i> , 2013)	(H1)	Harga produk kecantikan Naavagreen sesuai dengankemampuan saya.	Harga Skintific sesuai dengan daya beli konsumen.	(Supit, 2019)
		(H2)	Harga produk kecantikan Naavagreen lebih terjangkau dibandingkan klinik kecantikan lainnya.	Harga Skintific di Berlian Indah lebih terjangkau dibandingkan toko lainnya.	
		(H3)	Harga produk kecantikan Naavagreen sesuai dengan kualitas yang saya harapkan.	Harga Skintific sesuai dengan kualitas yang saya harapkan.	
		(H4)	Harga yang ditawarkan pada produk kecantikan Naavagreen cukup kompetitif dibandingkan dengan produk kecantikan lainnya.	Harga yang ditawarkan pada Skintific cukup kompetitif dibandingkan dengan produk skincare lainnya.	
		(H5)	Harga produk kecantikan Naavagreen sesuai dengan manfaat yang saya harapkan pada saat menggunakan.	Harga Skintific sesuai dengan manfaat yang saya harapkan pada saat menggunakannya.	

Kualitas Produk (X2)	Menurut (Schiffman dan Kanuk 2019) bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan memberikan identitas atau ciri pada setiap produk agar konsumen dapat mengenali produk tersebut (Dakhi, 2023)	(KP1)	Saya selalu merasa nyaman saat memakai produk kecantikan Naavagreen.	Saya selalu merasa nyaman saat memakai produk Skintific.	(Supit, 2019)
		(KP2)	Produk kecantikan Naavagreen memberikan nilai lebih yaitu membuat kulit menjadi putih bersih dengan bahan-bahan herbal.	Produk Skintific memberikan nilai lebih yaitu membuat kulit menjadi cerah bersih dengan bahan-bahan yang pasti aman.	
		(KP3)	Produk kecantikan Naavagreen aman digunakan karena sudah terdaftar di BPPOM.	Produk Skintific aman digunakan karena terdaftar BPOM.	
		(KP4)	Produk kecantikan Naavagreen lebih unggul dibandingkan produk lain dan secara keseluruhan bagus.	Produk Skintific sesuai dengan standar, lebih unggul dibandingkan dengan produk lain dan secara keseluruhan bagus.	
		(KP5)	Produk kecantikan Naavagreen tergolong produk kecantikan yang sukses mengatasi masalah kulit wajah.	Skintific tergolong produk skincare yang dapat mengatasi masalah kulit wajah.	

Kualitas Layanan (X3)	Kualitas pelayanan menurut lupiyoadi (2011) dalam meithiana indrasari (2019:62) kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan pelanggan atas pelayanan yang diterimanya (Nazelina <i>et al.</i> , 2020)	(KL1)	Pakaian seragam kapster/terapis bersih dan rapi.	Penampilan pegawai Skintific selalu stylish.	(Supit, 2019)
		(KL2)	Pelayanan kapster/terapis sopan dan ramah.	Layanan yang diberikan oleh pegawai Skintific sopan dan ramah.	
		(KL3)	Kapster/terapis memberi tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan.	Pegawai Skintific memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan konsumen.	
		(KL4)	Klinik kecantikan Naavagreen mudah dihubungi pada saat pelanggan memerlukan bantuan.	Pegawai Skintific mudah dihubungi saat konsumen memerlukan bantuan.	
		(KL5)	Klinik kecantikan Naavagreen menawarkan kebutuhan yang diperlukan pelanggan.	Pegawai Skintific menawarkan kebutuhan yang diperlukan konsumen.	

Keputusan Pembelian (Y1)	Menurut Peter dan Olson (2013) dalam Meithiana Indrasari (2019:63), keputusan pembelian merupakan	(KN1)	Saya menggunakan jasa Demores Rumah Musik karena sesuai dengan harga dan kualitas yang saya harapkan.	Saya menggunakan Skintific karena sesuai dengan harga dan kualitas yang saya harapkan.	(Bimantara, 2020)
	suatu proses integrasi yang digunakan untuk menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satunya (Nazelina <i>et al.</i> , 2020)	(KN2)	Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan pembelian produk / jasa.	Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan pembelian Skintific.	
		(KN3)	Setelah melihat konsumen lain banyak menggunakan jasa dari Demores Rumah Musik saya tertarik untuk menggunakan jasanya.	Setelah melihat konsumen lain banyak menggunakan produk Skintific saya tertarik untuk menggunakan produknya.	
		(KN4)	Saya menggunakan jasa Demores Rumah Musik karena adanya bujukan orang lain.	Saya menggunakan Skintific karena adanya rekomendasi orang lain.	
		(KN5)	Hasil yang sesuai dengan harapan saya sehingga saya akan menggunakan jasa dari Demores Rumah Musik kembali.	Hasil yang sesuai dengan harapan saya sehingga akan menggunakan Skintific kembali.	

3.6.2 Pengukuran Variabel

Salah satu alat pengukuran yang paling populer dan banyak digunakan dalam survei ilmiah, Skala *Likert*, digunakan untuk mengukur variabel ini. Skala ini juga sering digunakan dalam pengembangan kuesioner. Penggunaan sistem penilaian mulai dari 1 hingga 4 memungkinkan pengumpulan data numerik. Ada empat kemungkinan jawaban pada skala *Likert*: “sangat tidak setuju,” ‘tidak setuju,’ ‘setuju,’ dan ‘sangat setuju’ (Taluke *et al.*, 2019). Dengan menggunakan kategori-kategori yang disebutkan di atas sebagai kerangka kerja, instrumen ini menggunakan skala *Likert* yang disusun dalam bentuk daftar periksa pada kolom-kolom yang tersedia:

Tabel 3.3 Skala Pengukuran

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

Sumber: Diolah (2024)

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner yang dibuat di *platform* Google Form digunakan untuk mengumpulkan data. Salah satu cara untuk mengumpulkan informasi untuk sebuah penelitian adalah dengan menggunakan kuesioner (Prawiyogi *et al.*, 2021). Untuk tujuan mengumpulkan data yang berkaitan dengan keputusan pembelian merek Skintific di Berlian Indah Samarinda, survei ini menanyakan kepada partisipan tentang hal-hal berikut: harga, kualitas produk, dan layanan.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan cara sistematis untuk mengatur dan menyusun informasi yang dikumpulkan dari beberapa sumber, termasuk wawancara, catatan lapangan, dan dokumen (Sugiyono, 2020: 131). Data diorganisasikan ke dalam kategori, dijabarkan secara mendalam, disintesis, dicari pola, ditentukan relevansinya, dan dibuat kesimpulan dengan cara yang dapat dipahami oleh para akademisi dan mereka yang tertarik dengan topik tersebut.

Untuk memproses metode atau proses analisis data, digunakan perangkat lunak *smartPLS*. Salah satu metode statistik multivariat yang menganalisis banyak variabel dependen dengan beberapa variabel independen adalah perangkat lunak *Partial Least Squares* (PLS). Ketika berhadapan dengan tantangan data seperti ukuran sampel yang pendek, data yang hilang, atau multikolinieritas, seseorang dapat menggunakan metode pemodelan persamaan struktural berbasis varians seperti PLS untuk menyelesaikan masalah regresi berganda. Kami menggunakan PLS-SEM sebagai teknik analisis untuk merancang dan meramalkan suatu gagasan. Metode analisis multi-variabel adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Di antara banyak manfaat SEM adalah kemampuannya untuk melakukan uji model yang komprehensif, menganalisis variabel tidak berwujud, dan mengoreksi kesalahan pengukuran dalam data penelitian. Ternyata PLS-SEM adalah cara yang tepat untuk digunakan ketika berhadapan dengan model yang kompleks dan sampel yang kecil. Menurut Fauziah *et al.*, (2024), metode ini didasarkan pada konsep kausalitas dan berusaha memaksimalkan varians dalam variabel yang dapat dijelaskan.

3.8.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Salah satu jenis model yang dibangun dengan menggunakan metode *Partial Least Square* adalah model pengukuran, yang disebut juga dengan *outer model*. Persentase variasi pada setiap

indikator yang dapat dijelaskan oleh variabel laten dirinci dalam *outer model*. Mengetahui indikasi mana yang paling penting dalam menciptakan variabel laten dapat dilakukan dengan menggunakan model pengukuran. Validitas dan reliabilitas dinilai dengan menggunakan *outer model*. Se jauh mana peralatan pengukuran studi dapat memperkirakan variabel target adalah pertanyaan yang ingin dijawab oleh uji validitas. Di sisi lain, pengujian reliabilitas dirancang untuk menentukan seberapa baik alat pengukur secara konsisten mengukur suatu konsep atau seberapa konsisten jawaban responden (Trenggonowati, 2018). Model pengukuran atau *outer relation* menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel laten. Uji validitas konvergen dan diskriminan serta reliabilitas konstruk dan multikolinieritas digunakan untuk memberikan penjelasan yang lebih menyeluruh mengenai pengukuran *outer model* (Putri & Silitonga, 2022).

Temuan yang dihasilkan oleh program *SmartPLS 2.0 M3* menunjukkan bagaimana metode *outer model* ini dapat digunakan untuk menilai reliabilitas dan validitas. Evaluasi reliabilitas komposit, validitas konvergen, validitas diskriminan, dan koefisien alpha Cronbach merupakan bagian dari proses ini. Temuan dari evaluasi model dengan menggunakan file *lg thumbs* akan diketahui akurat jika sesuai dengan output yang ditunjukkan (Priambodo & Prabawani, 2016).

3.8.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Salah satu model struktural yang dapat digunakan untuk mengantisipasi hubungan antar variabel laten adalah *inner model*. Untuk meramalkan adanya dua hubungan kausalitas, prosedur bootstrapping menghasilkan parameter uji t-statistik. Untuk menguji signifikansi antara konstruk dalam model struktural, nilai koefisien jalur digunakan, bersama dengan R untuk konstruk dependen, untuk mengevaluasi model dalam PLS. Tingkat variasi perubahan pada variabel dependen yang disebabkan oleh perubahan pada variabel independen dapat diukur dengan nilai R (Halim & Hamzah, 2020).

Untuk menggambarkan hubungan sebab-akibat antara variabel tersembunyi, digunakan *inner model* dari metode *Partial Least Square*. Untuk memeriksa parameter uji T-statistik untuk menentukan apakah ada hubungan sebab-akibat yang potensial antara variabel-variabel dengan menggunakan teknik bootstrapping. Perhatikan hubungan antara skor indikator dan skor variabel ketika mengevaluasi validitas konvergen dari model pengukuran. Jika AVE indikator lebih dari 0,5 atau jika masing-masing bobot luar dimensi variabelnya lebih dari 0,5, maka indikator tersebut valid. Dengan demikian, kriteria validitas konvergen terpenuhi oleh pengukuran tersebut (Trenggonowati, 2018).

3.8.3 Analisis Deskriptif

Analisis ini merupakan penyajian dan penjelasan secara tabel dari data yang dikumpulkan melalui jawaban kuesioner, dengan tujuan untuk mengevaluasi dan menyajikan hasilnya. Penelitian ini akan menggambarkan kondisi riil dari masing-masing variabel. Data dari PLS, tergantung dari nilai *loading factor*, digunakan untuk analisis deskriptif dalam penelitian ini. Tujuan dari *loading factor* ini adalah untuk mendefinisikan hubungan antara indikator spesifik dengan variabel laten atau untuk menilai kecocokan antara indikator dengan variabel laten terkait (Mahira *et al.*, 2021). Berikut adalah tabel yang memberikan penjelasan mengenai nilai *loading factor*:

Loading Factor	Interpretasi
0,00% - 0,20%	Sangat Rendah
0,21% - 0,40%	Rendah
0,41% - 0,70%	Tinggi
0,71% - 1,00%	Sangat Tinggi

Sumber: (Mahira *et al.*, 2021)

3.8.4 Uji Hipotesis

Tujuan dilakukannya uji hipotesis adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Ghazali (2011) menjelaskan bahwa metode uji hipotesis memungkinkan kita untuk menentukan signifikansi individual dari kontribusi suatu variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen yang diamati. Ketika persyaratan ini terpenuhi, maka pengujian hipotesis dapat dikatakan telah mencapai pengaruh dan signifikansi yang diinginkan:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya hipotesis diterima
2. Jika tingkat signifikan $< 0,05$ artinya hipotesis diterima.