

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian juga dapat disebut rancangan penelitian. Penelitian ini dilakukan dalam causal comparative yaitu tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih yang meliputi variabel independen dan variabel dependen, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Influencer marketing* dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian produk Somethinc di Kota Batam.

3.2 Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional merupakan penjelasan maksud dari istilah secara operasional mengenai penelitian yang akan dilaksanakan. Definisi operasional digunakan untuk memberikan pengertian yang operasional dalam penelitian, berisi penjelasan mengenai istilah dan ukuran yang digunakan dalam penelitian. Hal ini berfungsi untuk memastikan bahwa setiap variabel memiliki arti yang jelas dan terukur. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu, variabel dependen berupa *Influencer marketing* dan *Brand image* yang dipengaruhi oleh variabel independen yaitu Keputusan Pembelian.

3.2.1 Variabel *Influencer marketing* (X1)

Kegiatan yang dilaksanakan seseorang yang memiliki kemampuan serta berpengaruh untuk mempromosikan serta menjual produk dengan tujuan untuk

menciptakan dampak pada karakter sebuah merek ataupun produk. Terdapat 5 indikator yaitu :

X1.1 *Trustworthiness*

X1.2 *Attractiveness*

X1.3 *Similarity*

X1.4 *Sourcer Credibility*

X1.5 *Interactivity*

3.2.2 Variabel *Brand image* (X2)

Suatu produk yang memiliki *brand image* yang baik merupakan salah satu cara yang penting di dalam menjaring suatu konsumen. Indikator *brand image* menurut Ambarwati (2015:6) diukur menggunakan tiga aspek yaitu:

X2.1 *Image Pembuat/Perusahaan (Corporate Image)*

X2.2 *Image Pemakai (User Image)*

X2.3 *Image Produk (Product Image)*

3.2.3 Variabel *Brand Awareness* (X3)

Brand Awareness merupakan kemampuan dari konsumen potensial untuk mengenali dan mengingat suatu merek dalam kategori tertentu. *Brand awareness* merupakan tujuan komunikasi pemasaran, dengan adanya *brand awareness* yang tinggi meningkatkan minat beli konsumen hingga keputusan pembelian. Menurut

Sari et al., (2021:19) indikator yang dapat meningkatkan *brand awareness* sebagai berikut :

X3.1 *Recall*

X3.2 *Recognition*

X3.3 *Purchase*

X3.4 *Consumption*

3.2.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang membuat konsumen memutuskan segala sesuatunya dan akhirnya membeli produk yang diinginkannya. Terdapat 5 Indikator penentu terjadinya keputusan pembelian, yaitu :

Y1 *Pemilihan Produk (Selection of Product)*

Y2 *Pemilihan Saluran Pembelian (Selection of Purchase Channels)*

Y3 *Penentuan Waktu Pembelian (Time of Purchase)*

Y4 *Jumlah Pembelian (Number of Purchase)*

Y5 *Metode Pembayaran (Method of Payment)*

3.2.5 Pengukuran Variabel

Penelitian dengan skala ordinal pembobotan Likert adalah sebuah metode penelitian yang menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi, sikap atau

pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial. Pengukuran ini dilakukan dengan meminta responden untuk memberikan penilaian terhadap suatu pernyataan, dimana setiap kategori menggunakan skala 1 hingga 5. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert bisa juga mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat yang dapat berupa kata-kata antara lain: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3. 1 Skala Likert

Klasifikasi	Penilaian	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Penulis, 2025

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Amin et al., (2023:19) Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu. populasi adalah semua anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa, atau benda yang tinggal bersama dalam suatu tempat secara terencana menjadi terikat kesimpulan dari hasil akhir suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk somethinc yang sudah pernah melakukan pembelian dengan domisili Kota Batam.

3.3.2 Sampel

Singh (Deri & Dede, 2022) Sampel adalah kelompok elemen yang peneliti selidiki secara langsung. Sampling berkaitan dengan pemilihan subset individu dari dalam suatu populasi untuk memperkirakan yang sudah ditentukan sebelumnya dari seluruh populasi. Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yang diartikan pengambilan sampel didasarkan pada sebuah kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, sehingga jumlah sampel yang ditentukan menggunakan pedoman pengukuran sampel menurut Ghozali (2013:91) yaitu jumlah sampel adalah jumlah total indikator dikali 5-10 parameter yang diestimasi. Maka dari itu, perhitungan yang terjumlah adalah jumlah indikator $17 \times 8 = 136$. Dari hasil perhitungan sampel yang dilakukan, didapatkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 136 responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden yang isinya adalah tentang beberapa pertanyaan yang terkait dengan variabel penelitian yang wajib diisi oleh responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder biasa disebut sebagai data yang didapatkan dari pihak ketiga dan memiliki keterkaitan tidak langsung tetapi memiliki hubungan terhadap penelitian yang dilakukan. Seperti sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan, struktur organisasi, buku, literatur, artikel, serta situs internet.

3.5 Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada konsumen yang menjadi sampel yang sesuai dengan kriteria yaitu konsumen produk Somethinc dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form.

b. Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan dengan cara menghimpun berbagai informasi yang relevan dengan topik penelitian. Informasi ini diperoleh dari jurnal penelitian terdahulu, hasil survey online, laporan penjualan dan sumber lain yang relevan dengan topik penelitian.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang

terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

3.6.2 Uji Kualitas Data

3.6.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji coba homogenitas proklamasi terkait variabel yang menunjukkan derajat ketelitian dan ketepatan sebuah instrumen untuk memainkan kapasitasnya. Penguji validitas ini digunakan untuk menguji apakah tiap butir pernyataan telah mewakili indikator yang akan diteliti (Muhibbin, 2018). Suatu instrumen yang baik ialah yang diharapkan menjadi besar jika mampu mengungkapkan informasi suatu faktor yang diteliti secara tepat.

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrumen untuk memperkirakan pengambilan pendapat sebagai penanda variabel. Penguji reliabilitas ini digunakan untuk mengetahui apakah hasil pengukurannya dapat diandalkan dan konsisten. Diharapkan dalam suatu survei dapat dipastikan jika respon individu pada suatu pernyataan tetap stabil dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Makhfuddin, et al 2021). Uji reliabilitas ini dilakukan pengukuran dua kali agar hasil pengukuran tetap konsisten (Nurkhasanah, 2019).

3.7 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini diuji melalui analisis data kuantitatif. *Partial Least Square* (PLS) adalah metode pengolahan data alternatif *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Menurut Ghozali (2011), *Partial Least Square* merupakan sebuah software analisis data yang

bisa dibilang powerfull karena PLS tidak mengasumsikan data dengan pengukuran skala tertentu dengan jumlah sampel yang lebih fleksibel. PLS adalah salah satu analisis SEM berdasarkan komponen dengan konsep yang dapat diukur dan diamati serta menilai suatu penelitian.

Menurut Nusrang et al., (2023) *Partial Least Square* (PLS) merupakan sebuah metode alternatif dalam pemodelan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dapat digunakan untuk mengestimasi model dengan indikator yang bersifat reflektif atau formatif. PLS menggunakan metode analisis yang akurat karena tidak berlandaskan atas seberapa banyaknya asumsi. Penggunaan analisis ini terhadap sampel tidak harus besar, cukup pada jumlah antara 100-200 sampel PLS juga adalah tools yang lebih tepat untuk tujuan produksi terutama pada kondisi dimana indikator memiliki sifat yang formatif dan tidak terbatas penggunaanya hanya untuk memvalidasi teori, tapi juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidak hubungan antar variabel laten.

3.7.1 Pengukuran Metode PLS

PLS bertujuan untuk mendapatkan nilai variabel laten untuk tujuan prediksi. Menurut Ghazali (Natalia et al., 2020) penjelasan estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga:

- a. Kategori pertama, weight estimate yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten.
- b. Kategori kedua, path estimate mencerminkan bobot antara variabel laten dan estimasi loading laten dengan indikatornya.

- c. Kategori ketiga, means berkaitan dengan konstanta regresi untuk variabel laten

3.7.2 Model Spesifikasi PLS

Model analisis yang menggunakan PLS terdiri dari tiga tahapan spesifikasi, seperti yang dijelaskan di point sebelumnya, yang pertama adalah inner model yang menspesifikasi hubungan antar variabel laten, *outer model* yang memperjelas hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifestasinya. Dan weight relation dimana nilai dari variabel laten dapat diestimasi.

3.7.3 Langkah-Langkah Penggunaan PLS

Terdapat langkah-langkah model persamaan struktural dari PLS dengan software, antara lain adalah:

1. Merancang Model Struktural (Inner Model) Perancangan model struktural hubungan antar variabel laten pada PLS memiliki dasar rumusan masalah atau hipotesis penelitian:
 - a. Teori sudah tersedia
 - b. Hasil penelitian empiris
 - c. Analogi, hubungan antar variabel pada bidang ilmu yang lain
 - d. Normatif, seperti Undang-Undang, peraturan dari pemerintah, dan sebagainya.

2. Merancang Model Pengukuran (*outer model*)

Pada PLS, *outer model* sangat penting karena perancangannya terkait dengan apakah indikator bersifat reflektif atau formatif. Merancang *outer model* diperuntukan untuk menentukan sifat indikator masing-masing variabel laten, reflektif ataupun formatif.

3. Mengkonstruksi diagram jalur Hasil rancangan inner model dan *outer model* selanjutnya dinyatakan dalam bentuk diagram jalur.

4. Konversi diagram jalur ke dalam sistem persamaan

- a. *Outer model*, adalah spesifikasi hubungan antara variabel dengan indikatornya, *outer model* mendefinisikan karakteristik variabel laten dengan indikatornya
- b. Inner Model, adalah spesifikai hubungan antar variabel laten, menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif penelitian.
- c. Weight Relation, adalah estimasi nilai variabel laten. Inner dan *outer model* memberikan spesifikasi yang diikuti dengan estimasi weight relation dalam algoritma PLS.

5. Estimasi (Pendugaan parameter)

Metode pendugaan parameter di dalam PLS adalah metode kuadrat kecil (least square methods). Proses perhitungan dilakukan dengan cara iterasi, dimana iterasi akan berhenti jika telah tercapai kondisi konvergen.

Pendugaan parameter (estimasi) PLS meliputi 3 hal, yaitu:

- a. *Weight Estimate* yang digunakan untuk menghitung data variabel laten
- b. Estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan antar variabel laten dan estimasi loading antara variabel laten dengan indikatornya.
- c. Mean dan parameter lokasi (nilai konstanta regresi, intersep) untuk indikator dan variabel laten

6. Uji kelayakan model (*Goodness of fit*)

Merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui apakah sebuah distribusi data dari sampel mengikuti sebuah distribusi teoritis tertentu atau tidak. Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar tingkat kelayakan dan ketepatan suatu model secara keseluruhan. *Goodness of fit* merupakan pengujian hipotesis yang digunakan untuk memvalidasi model pengukuran dan model struktural dalam PLS-SEM. *Uji Goodness of fit* yang dalam penggunaannya memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran dan model struktural memiliki interpretasi nilai *Goodness of fit* yaitu, nilai 0,1 sebagai GoF kecil, nilai 0,25 sebagai GoF medium, dan nilai 0,38 sebagai GoF besar. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan menggunakan uji t-statistics yang didapat lewat prosedur *bootstrapping* untuk melihat seberapa besar signifikansi sebuah hubungan antar variabel dan arah hubungan tersebut.

Sebuah nilai akan dianggap signifikan, apabila nilai t-statistics lebih besar dari 1,65 (significance level 5%) untuk masing-masing hubungan jalur yang ada.

a. Model Pengukuran (*Outer model*)

Model pengukuran dengan indikator reflektif dievaluasi dengan convergent validity dan discriminant validity dari indikatornya dan composite reliability untuk keseluruhan indikator. Pengukuran model indikator reflektif ini memiliki kalibrasi instrumen penelitian dalam pelaksanaan uji validitas dan reliabilitas.

- *Convergent validity* digunakan untuk menguji apakah indikator yang ada dan digunakan telah mengukur konstruk atau dimensi secara akurat. Variabel dikatakan valid apabila nilai Average Variance Extracted (AVE) $> 0,5$.
- *Discriminant validity* untuk menguji apakah semua indikator memiliki korelasi yang tinggi dengan indikator konstruk yang lain. Variabel dikatakan valid apabila nilai Average Variance Extracted (AVE) $> 0,5$. Direkomendasikan pengukuran harus lebih besar dari 0,5.
- *Composite reliability* untuk menunjukkan internal consistency dari suatu indikator dalam variabel laten. Mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik jika memiliki composite reliability ≥ 0.7 , walaupun bukan standar absolut.

b. Model Struktural (*inner model*)

Model struktural yang menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang telah dibangun berdasarkan teori yang dihipotesiskan. Dievaluasi dengan melihat persentase varian yang dijelaskan dengan melihat nilai R-Square model yang menunjukkan seberapa besar nilai suatu pengaruh antar variabel utama dalam sebuah model. Pengukuran estimasi menggunakan R-square variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi; QSquare predictive relevan untuk model struktural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai Q-square > 0 menunjukkan model memiliki predictive relevance, sebaliknya jika nilai Q-Square ≤ 0 menunjukkan model kurang memiliki predictive relevance. Perhitungan Q-Square dilakukan dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2) (1 - R^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Dimana $R^2, R^2 \dots R_p^2$ adalah *R-square* variabel endogen dalam model persamaan. Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran Q^2 ini setara dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur (*path analysis*).

7. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah suatu hipotesis penelitian dapat diterima atau ditolak. Uji hipotesis dapat dilakukan dengan metode resampling bootstrapping. Pengujian hipotesis dilakukan dengan meninjau nilai dari koefisien jalur dan membandingkan antara nilai probabilitas dengan nilai signifikansi.

Terdapat kriteria tertentu dalam pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini, yaitu:

- H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila nilai p-value (Sig) $\leq 0,05$, sehingga hasil penelitian dapat dikatakan signifikan.
- H_0 gagal ditolak apabila nilai p-value (Sig) $> 0,05$, sehingga hasil penelitian dapat dikatakan tidak signifikan.

Metode sampling memungkinkan data untuk digunakan dalam distribusi bebas (distribution free), tidak memerlukan asumsi distribusi normal, dan tidak memerlukan sampel yang besar (direkomendasikan sampel minimal 30). Pengujian dilakukan dengan t-test jika p-value $\leq 0,05$ (alpha 5%) hasilnya dianggap signifikan, dan sebaliknya. Jika hasil pengujian hipotesis pada *outer model* signifikan, maka indikator dapat digunakan sebagai instrumen untuk mengukur variabel laten. Sedangkan, jika hasil pengujian pada *inner model* adalah signifikan, maka variabel laten memiliki pengaruh terhadap variabel laten lainnya.

