

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2022).

Dalam penelitian kuantitatif ini terdapat hasil survei, dimana informasi yang didapatkan dari semua responden menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner agar mendapatkan data yang valid dan reliabel tentang variabel yang diukur. Model penelitian ini dilakukan secara terencana, terstruktur, serta sistematis dari awal hingga akhir pengerjaan desain penelitiannya.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022). Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tidak perlu meneliti seluruh objek atau populasi sebagai bagian dari pengamatan. Sehingga yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Sumenep yang pernah melakukan pembelian di Damala Kitchen. Selanjutnya, karena populasi tersebut sangat besar dan sulit diketahui secara pasti, maka peneliti melakukan pengambilan sampel.

### 3.2.2 Sampel

Dalam penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2022), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penentuan jumlah sampel akan diolah dari jumlah populasi sehingga sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili)

Adapun teknik sampling, pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik *sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah *nonprobability sampling*.

Menurut (Sugiyono, 2022), *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Jenis *probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pendapat (Sugiyono, 2022) tentang *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sehingga penelitian ini menentukan sampel dengan kriteria berupa:

1. Laki-laki atau perempuan
2. Berusia minimal 17 tahun
3. Pengguna aplikasi Instagram dan memiliki akun Instagram
4. Pernah melakukan minimal sekali pembelian di Damala Kitchen melalui Instagram @damala.kitchen
5. Berdomisili di Kabupaten Sumenep

Dalam hal ini, (Sugiyono, 2022) berpendapat bahwa apabila populasi besar peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan sampel dengan rumus (Wibisono, 2003) dalam (Riduwan & Kuncoro, 2014) dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui dan tidak terhingga, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$  = Nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95% = 1,96%

$\sigma$  = Standar deviasi 25%

$e$  = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum 5%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \left( \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Diperkuat (Ghozali, 2021), dimana dikatakan bahwa jumlah sampel dalam penggunaan metode PLS (*Partial Least Square*) merupakan metode analisis yang *powerfull*, dimana dalam pendekatan ini tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang artinya jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel). Hal ini senada dengan pendapat (Yamin dan Kurniawan, 2011) dalam (Thaniedsa, 2022) yang menyatakan bahwa jumlah kasus dalam penggunaan metode PLS (*Partial Least Square*) lebih moderat dengan minimal 30-100 kasus. Sehingga berdasarkan hal tersebut, jumlah sampel yang akan diambil yaitu 100 responden yang dianggap cukup dalam penelitian ini.

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2022), definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Di bawah ini definisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan:

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Customer Review (X1)</i>	<i>Customer review</i> merupakan salah satu strategi pemasaran yang memungkinkan pelanggan untuk menyampaikan secara publik mengenai pengalaman, opini, dan penilaian tentang produk atau layanan suatu perusahaan yang sudah digunakan.	1) <i>Impression</i> 2) <i>Certainty</i> 3) <i>Gathering information</i> 4) <i>Confidence to make a purchase</i> Sumber : (Dwidienawati et al., 2020)	<i>Likert</i>
<i>Influencer Endorsement (X2)</i>	<i>Influencer endorsement</i> adalah bentuk pemasaran yang melibatkan publik figur yang memiliki pengaruh besar di media sosial dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran merek, mempengaruhi persepsi konsumen, yang pada akhirnya mendorong	1) <i>Visibility</i> 2) <i>Credibility</i> 3) <i>Attractiveness</i> 4) <i>Power</i> Sumber : (Dwidienawati et al., 2020)	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	konsumen untuk melakukan pembelian berdasarkan rekomendasi yang diberikan oleh <i>influencer</i> tersebut.		
<i>Social Media Marketing</i> (X3)	<i>Social media marketing</i> adalah salah satu pemasaran digital dengan menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk atau layanan yang ditawarkan kepada <i>audiens</i> yang relevan melalui berbagai jenis konten dengan penyampaian pesan yang menarik dan mudah dipahami.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Promosi dan konten menarik konsumen</li> <li>2) Konsumen memahami promosi dan konten yang disampaikan</li> <li>3) Promosi dan konten yang disediakan sesuai dengan harapan konsumen</li> <li>4) Konsumen didorong untuk membeli setelah melihat promosi dan konten</li> <li>5) Konsumen didorong untuk memberikan testimonial</li> </ol> <p>Sumber : (Angelyn &amp; Kodrat, 2021)</p>	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen memutuskan untuk membeli atau tidak membeli produk atau	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kemantapan pada sebuah produk</li> <li>2) Kebiasaan dalam membeli produk</li> <li>3) Memberikan</li> </ol>	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	layanan yang ditawarkan dari merek tertentu, setelah melalui berbagai pertimbangan sebelum akhirnya membuat keputusan untuk melakukan pembelian.	rekomendasi kepada orang lain Sumber : (Kotler, 2018) dalam (Romadon et al., 2023)	
<i>Trust (Z)</i>	<i>Trust</i> adalah keyakinan yang dimiliki oleh konsumen maupun pelanggan terhadap produk atau layanan dari suatu merek.	1) <i>Integrity</i> 2) <i>Reliability</i> 3) <i>Trustworthy</i> Sumber : (Dwidienawati et al., 2020)	<i>Likert</i>

Sumber : Data Diolah Peneliti (2024)

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

#### 3.4.1. Jenis Data

Pada penelitian ini jenis data yang dipergunakan adalah jenis data berdasarkan sifat yaitu data kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2022), data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Sehingga, data kuantitatif merupakan suatu jenis data yang bisa dihitung secara langsung sebagai variabel angka maupun bilangan.

#### 3.4.2. Sumber Data

##### 1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2022). Pada penelitian ini digunakan data primer dalam bentuk kuesioner yang memuat beberapa pernyataan atau pertanyaan yang telah disediakan dan dapat langsung dijawab oleh responden.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2022). Pada penelitian ini digunakan data sekunder dalam bentuk jurnal internasional, jurnal nasional, penelitian terdahulu, artikel, dan lain-lain.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2022) teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Teknik yang dipergunakan dalam penelitian merupakan tahapan yang paling strategis, karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data yang diperoleh dari hasil penelitian yang disajikan sampel. Metode yang dipergunakan di dalam penelitian ini sebagaimana berikut:

#### 3.5.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2022). Kuesioner adalah bagian teknik pengumpulan data dengan menyebarkan pertanyaan yang diajukan terkait dengan materi penelitian yang mengacu pada variabel-variabel penelitian kepada responden. Responden harus memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Pada penelitian ini, kuesioner akan dibagikan kepada para pelanggan yang merupakan konsumen Damala Kitchen dengan melampirkan link kuesioner *online* yang dapat diakses menggunakan aplikasi *google forms*. Adapun bobot nilai angket yang ditentukan yaitu:

**Tabel 3. 2 Bobot Nilai Angket**

<b>Pernyataan</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Dikembangkan oleh peneliti (2024)

### 3.5.2 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan mencari beberapa informasi dari literatur-literatur yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian. Menurut (Sugiyono, 2022), peneliti harus membaca dan menelaah sumber-sumber bacaan yang baik agar peneliti dapat menegakkan landasan yang kokoh untuk langkah-langkah berikutnya. Dalam penelitian, peneliti berupaya mencari, mempelajari, meneliti, mengkaji, dan menelaah sumber-sumber bacaan yang baik berupa literatur dari buku, laporan, hasil-hasil penelitian, dan jurnal ilmiah yang memiliki relevansi dengan permasalahan yang diteliti.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) dan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 4.0. Menurut (Ghozali, 2021), PLS (*Partial Least Square*) adalah metode analisis yang *powerfull*, biasa disebut sebagai *soft modelling* karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinary Least Square*) regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara *multivariate* dan tidak ada masalah *multicollinearities* antar variabel Eksogen. Hal ini dikarenakan PLS menggunakan metode *bootstrapping* atau penggandaan secara acak. Dengan dilakukannya *bootstrapping* maka SmartPLS tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel, sehingga SmartPLS dapat digunakan dengan sampel penelitian kecil.

Analisis PLS (*Partial Least Square*) merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran (*Outer Model*) dan pengujian model struktural (*Inner Model*). Model pengukuran (*Outer Model*) dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas. Sementara model struktural (*Inner Model*) dilakukan untuk menguji kausalitas (sebab-akibat) atau pengujian hipotesis dengan model prediksi. *Structural*



*Equation Model* (SEM) sendiri merupakan suatu metode yang digunakan untuk menutupi kelemahan yang terdapat pada metode regresi. Dalam penelitian ini, proses analisis PLS-SEM terbagi menjadi beberapa tahapan yaitu:

### **3.6.1 Analisis *Outer Model* (Model Pengukuran)**

Analisa *outer model* atau analisis pengukuran bertujuan untuk memastikan bahwa ukuran (*measurement*) yang digunakan layak dijadikan pengukur atau validitas dan reliabel, dengan menspesifikasikan bagaimana hubungan antar variabel manifes yang berupa indikator dengan variabel latennya. Menurut (Ghozali, 2021), evaluasi model pengukuran melalui analisis faktor konfirmatori dapat dilakukan dengan pendekatan MTMM (*Multi Trait-MultiMethod*) dengan menguji *convergent validity* dan *discriminant validity*. Sementara uji reliabilitas dilakukan dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

#### **1. Uji Validitas**

##### **a. *Convergent Validity***

*Convergent validity* adalah indikator yang dinilai berdasarkan hubungan antara item *score/component score* dengan *construct score*, yang dapat dilihat dari *standardized loading factor* yang mana menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan konstruknya. Jika ukuran reflektif individual berkorelasi di atas 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur, maka dapat dikatakan tinggi. Akan tetapi, apabila nilai *outer loading* 0,50-0,60 masih bisa diterima (Ghozali, 2021).

*Convergent validity* juga dapat dievaluasi dengan mempertimbangkan nilai AVE yaitu pembebanan luar indikator dan rata-rata varians yang diekstraksi. Jika nilai AVE (square of Average Variance Extracted) di atas 0,50, maka dapat dikatakan model mempunyai *convergent validity* yang cukup baik yang menandakan juga bahwa secara rata-rata konstruk menjelaskan lebih dari setengah varian indikatornya.

### **b. Discriminant Validity**

*Discriminant validity* merupakan model pengukuran reflektif yang dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran antara indikator dengan konstruk. Jika ingin mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai, yaitu dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dengan nilai yang lain (Ghozali, 2021).

*Discriminant validity* juga dapat dinilai dengan membandingkan akar kuadrat AVE. Jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya, atau yang biasa dikenal dengan kriteria Fornell dan Locker, maka model dikatakan memiliki *discriminant validity* yang cukup baik.

## **2. Uji Reliabilitas**

### **a. Composite Reliability**

*Composite Reliability* bertujuan untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada *view latent variable coefficients*. Apabila nilai *composite reliability*  $> 0,7$  maka mempunyai reliabilitas yang tinggi (Ghozali, 2021).

### **b. Cronbach's Alpha**

*Cronbach's alpha* bertujuan untuk memperkuat hasil dari *composite reliability*. Nilai *cronbach's alpha* yang diharapkan adalah diatas 0,7 (Ghozali, 2021).

## **3.6.2 Analisis Inner Model (Model Struktural)**

Analisa *inner model* atau analisis struktural bertujuan untuk memprediksi hubungan kausalitas (sebab akibat) antar variabel laten. Uji model struktural dapat dievaluasi dengan menggunakan :

### **1. R-Square**

Nilai R-Square bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Klasifikasi kriteria, yaitu nilai R-Square sebesar 0,67 (kuat); 0,33 (moderat); dan 0,19 (lemah) (Ghozali, 2021).

## 2. *Goodness of Fit (GoF)*

Uji kriteria *Goodness of Fit* dilakukan untuk memvalidasi kinerja model secara keseluruhan. GoF merupakan ukuran tunggal untuk mengevaluasi performa gabungan antara model pengukuran dan model struktural atau antara *inner* model dan *outer* model (Ghozali, 2021). Nilai GoF dihasilkan dari *average communalities indeks* dikalikan dengan nilai  $R^2$  model.

Adapun rumus yang digunakan uji kriteria ini adalah:

$$GoF = \sqrt{COM \times R^2}$$

COM bergaris : *Average communalities*

$R^2$  : Rata-rata R-Square

Nilai GoF yaitu antara 0 sampai 1 dengan interpretasi nilai 0,1 yang menandakan GoF kecil, selanjutnya 0,25 menandakan GoF moderat, dan 0,36 yang menandakan GoF besar.

### 3.6.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat diketahui dari uji signifikansi pada *total effect* yang diketahui melalui tabel *t-statistic* dan *p-values*. Dalam pengujian hipotesis *one tailed* dengan menggunakan nilai statistik, maka nilai t-tabel untuk alpha 10% adalah 1,28. Menurut (J. F. Hair et al., 2022), secara umum level signifikansi 10% dapat diterapkan ketika penelitian bersifat *eksploratory*, dimana penelitian dilakukan untuk menjelajahi suatu fenomena baru atau area yang belum banyak diteliti sebelumnya. Dalam hal ini, peneliti sedikit menemukan teori yang kuat untuk menguji hipotesis dikarenakan masih jarang atau minimnya penggunaan variabel *trust* sebagai variabel moderasi yang mengarah ke keputusan pembelian. Sehingga penelitian ini bersifat *exploratory* atau penelitian yang dilakukan untuk menyelidiki suatu fenomena yang belum diteliti secara menyeluruh atau sebagian pada masa lalu. Selain itu, menurut (J. F. Hair et al., 2022) menyatakan bahwa secara umum level signifikansi 10% dapat diterapkan ketika ukuran sampel penelitian relatif kecil, dimana *small sample size* yaitu  $N < 100$ .

Adapun kriteria penerimaan hipotesis adalah ketika nilai t-statistik  $> t$  tabel (Ghozali, 2021). Sementara dalam pengujian hipotesis dengan menggunakan nilai probabilitas, maka hipotesis diterima jika nilai *p-value* dengan alpha 10% adalah  $< 0.1$ . Selanjutnya untuk melihat pengaruh yang terjadi pada antar variabel bernilai positif atau negatif dapat dilihat pada hasil dari nilai *original sample*.