

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Jakarta X Beauty merupakan acara yang diselenggarakan oleh Female Daily dan didukung oleh LazBeauty sebagai Platinum Partner. JakartaXBeauty juga sebagai acara kecantikan yang berawal dari blog pribadi kemudian menjadi komunitas perempuan dan kecantikan dengan mempertemukan komunitas, merek, dan pelaku kecantikan lainnya yakni dengan menampilkan lebih dari 250 merek kecantikan, tokoh masyarakat, influencer, dan profesional industri.



Gambar 3.1 Logo Jakarta X Beauty

Sumber: jakarta.xbeauty.id

Pada tahun 2022, JakartaXBeauty menarik lebih dari 200.000 pengunjung di tiga kota besar yakni, Jakarta, Makassar, dan Medan dengan transaksi penjualan melebihi Rp150 miliar. JakartaXBeauty memiliki tema yang digunakan pada setiap acaranya yaitu *'Beauty Recharged'* dimana hal ini berfokus pada keberlanjutan atau *sustainability*, kebaikan atau *kindness*, dan cinta diri atau *self-love*. Ketiga pilar pada tema yang digunakan JakartaXBeauty ini bertujuan untuk mempromosikan cinta diri, kepedulian terhadap lingkungan, dan produk

kecantikan yang ramah lingkungan dengan mencari juga menemukan cara baru dalam mengisi tenaga atau *recharge energy* melalui kecintaan terhadap planet, tumbuhan, hewan, dan diri sendiri. Acara Jakarta X Beauty 2023 mencakup berbagai kegiatan, mulai dari inisiatif kecantikan berkelanjutan hingga peluncuran produk, pertunjukan musik, dan kesempatan bertemu selebriti dan influencer. JakartaXBeauty 2023 digelar di Hall A dan Hall B, Jakarta Convention Center pada tanggal 03 Agustus hingga 06 Agustus 2023. Pada acara ini, beragam merek kosmetik terkemuka dan inovatif berkumpul untuk memamerkan produk mereka mulai dari produk riasan wajah, perawatan kulit, produk rambut, pewangi, hingga teknologi kecantikan terbaru baik untuk pria maupun wanita di Jakarta X Beauty 2023. Beberapa merek kecantikan yang hadir pada acara Jakarta X Beauty 2023 antara lain adalah Avoskin, Azarine, BLP Beauty, Balans, Barenbliss, Base, Baskin Robins, Batiste, Beauty Haul, Benefit Cosmetics, Bio Oil, BioAqua, Maybelline, Ponds, Citra, Camille, C&F, Dear Me Beauty, ESQA, Emina, Dove, EsteeLauder, Facetology, Fanbo, Herborist, Implora, Instaperfect, Loreal, Kahf, Make Over, Luxcrime, dan masih banyak lagi. Di bawah ini merupakan beberapa tampilan merek kecantikan pada JakartaXBeauty 2023.



Gambar 3.2 Merek Kecantikan di JakartaXBeauty 2023

Sumber: editorial.femaledaily.com

Selanjutnya, yang menjadi ciri khas pada acara ini adalah para merek kecantikan memberikan promo atau diskon besar-besaran yang tidak pernah diberikan sebelumnya dimanapun. Penawaran yang diberikan selama acara berlangsung tentu sangat variatif dan berbeda dengan harga yang ditawarkan di mall dan ecommerce. Contohnya seperti merek Somethinc yang memberikan penawaran diskon hingga 50%, *Flash Sale*, dan *Buy1Get1*. JakartaXBeauty 2023 diselenggarakan secara meriah dengan berbagai macam *entertainment* yang menghibur mulai dari hadirnya banyak influencer dan artis ternama untuk mengisi talkshow, penampilan musik menarik, dan workshop kecil. Adapun beberapa influencer dan artis yang hadir diantaranya ada Maudy Ayunda, Fadhil Jaidi, Tasya Farasya, Abel Cantika, Rafael Tan, Jovi Adhiguna, hingga Project Pop, dan masih banyak lagi yang hadir untuk mengisi kegiatan selama acara berlangsung. Para *beauty enthusiast* yang ingin datang untuk berburu produk kecantikan yang diinginkan dan ingin bertemu dengan influencer kesukaannya dapat membeli tiket Jakarta X Beauty 2023 yang dijual melalui beberapa kategori yakni Bogo Silver Ticket seharga Rp.30.000 untuk *1-Day Pass (Buy1Get1)* selama periode tanggal 5-17 Juli 2023), Gold Ticket seharga Rp.90.000 untuk *4-Day Pass*, selanjutnya kategori Platinum Ticket seharga Rp.125.000 untuk *4-Day Pass* dan mendapatkan merchandise berupa exclusive totebag dari JakartaXBeauty 2023. Serta kategori tambahan terakhir adalah Diamond seharga Rp.200.000 untuk *4-Day Pass*, merchandise, lanyard, dan *bracelet*. Tiket ini dapat dibeli melalui website resmi mereka di www.jakartaxbeauty.com atau Female Daily Studio yang dibuka sejak tanggal 5 Juli 2023. Selain itu, untuk memaksimalkan pelayanan yang diberikan selama acara berlangsung, Jakarta X Beauty selalu membuka kesempatan bagi para *beauty enthusiast* baik pria maupun wanita untuk ikut bervolunteer dan berpartisipasi sebagai crew selama acara berlangsung. Pendaftaran tenaga sukarela JakartaXBeauty 2023 dibuka pada tanggal 27 Juni - 14 Juli 2023 melalui tautan registrasi resmi volunteer JakartaXBeauty 2023 dengan menyiapkan CV, *screenshot* profil FD Members, dan follow seluruh media sosial Female Daily Network. Adapun posisi yang dibutuhkan antara lain *Sponsorship, Booth, General*

Affairs & Equipment, Ticketing, Flow Ticketing, Exclusive Totebag, Customer Service, Marketing - #YourBeautyMission, Marketing - Social Media, Marketing - Content Branding, KOL, Partnership, Community, Activity, LO CEO & COO, dan Female Daily Studio - Operational. Kemudian, proses rekrutmen akan berlangsung hingga tanggal 21 Juli 2023. Adapun benefit yang didapatkan bagi para sukarelawan yang berpartisipasi pada acara JakartaXBeauty 2023 yaitu mendapatkan *e-certificate*, uang saku, konsumsi selama *event*, exclusive totebag, dan 1 ticket 4-day pass JakartaXBeauty 2023. Tak sampai disana, JakartaXBeauty 2023 juga memberikan ruang bagi para jastipers yang akan ikut berperang mencari promo dan membelikan produk kecantikan dari para beauty enthusiast yang tidak dapat hadir yakni melalui *group whatsapp* resmi JakartaXBeauty di tautan resminya yaitu <https://fdly.me/jastip/JastipJakartaXBeauty2023>.



Gambar 3.3 Instagram Resmi FDXBeauty

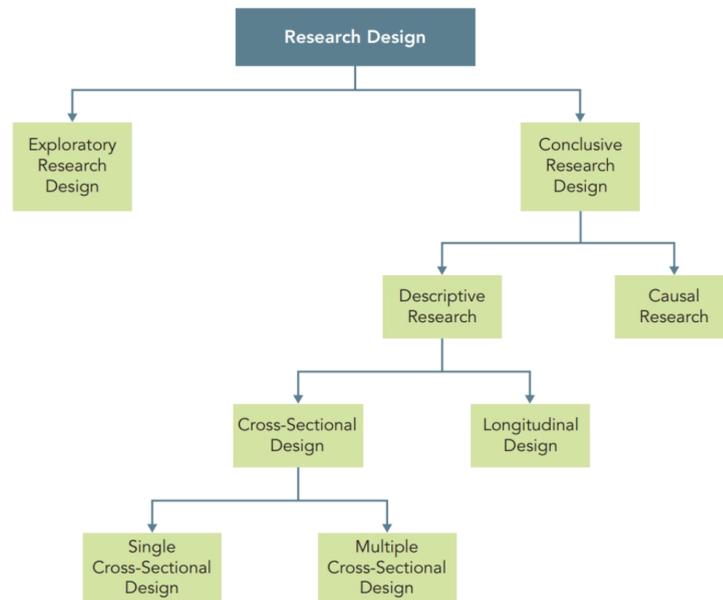
Sumber: Dokumentasi Penulis

Pada gambar 3.3 merupakan instagram resmi Female DailyXBeauty. Konten yang ada pada akun sosial media tersebut tidak hanya berisi tentang JakartaXBeauty saja, melainkan juga informasi seluruh kota besar yang diadakan FDXBeauty seperti MedanXBeauty, BandungXBeauty, dan MakassarXBeauty diunggah disana. Akun media sosial ini bertujuan untuk memberikan informasi up-to-date seputar FDXBeauty seperti pelaku kecantikan dan merek ternama yang akan hadir di event beauty FDXBeauty, dokumentasi kegiatan, do & don't event, dan informasi seputar event FDXBeauty lainnya termasuk JakartaXBeauty 2023. Sehingga para *beauty enthusiast* yang tertarik untuk mengunjungi *event* JakartaXBeauty 2023 dapat melihat dan mencari informasi melalui media sosial tersebut.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2020) kerangka kerja yang digunakan sebagai arahan dalam melakukan riset pemasaran disebut sebagai desain penelitian. Terdapat dua klasifikasi atau pembagian desain penelitian yaitu *exploratory research* dan *conclusive research* (Malhotra, 2020).





Gambar 3.4 Pembagian Desain Penelitian

Sumber: Malhotra, 2020

3.2.1 Tipe Penelitian

1. *Exploratory Research Design*

merupakan tipe penelitian yang digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang terjadi di pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan masalah secara detail dan menemukan tindakan yang relevan dengan metode wawancara atau diskusi kelompok. Jenis penelitian ini bersifat fleksibel dan tidak terstruktur, sehingga dapat berkembang seiring dengan penemuan baru. Selain itu, penelitian ini juga hanya membutuhkan sampel yang relatif kecil (Malhotra, 2020).

2. *Conclusive Research Design*

merupakan tipe penelitian yang digunakan untuk menguji sebuah fenomena dengan menggunakan hipotesis dan mengamati

hubungan antar variabel dari hipotesis yang ada. Penelitian ini menggunakan sampel yang besar dan representatif. Proses penelitian ini bersifat formal dan membutuhkan definisi yang jelas atau memiliki ketentuan. Penelitian ini membutuhkan sampel yang besar karena hasil dari penelitian ini dianggap konklusif sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Terdapat dua tipe dalam *conclusive research design* sebagai berikut (Malhotra, 2020).

a. *Descriptive Research*

Descriptive Research merupakan studi atau penelitian yang digunakan untuk menjelaskan sebuah fenomena yang terjadi dan mengetahui suatu fungsi pada pasar. Metode yang digunakan pada *descriptive research* berupa survei, observasi, panel, dan secondary data (Malhotra, 2020). Terbagi dua jenis penelitian pada penelitian ini, yaitu.

1) *Cross Sectional Research*

Cross Sectional Research merupakan jenis penelitian yang hanya memperbolehkan pengumpulan data menggunakan satu responden untuk satu kali menjawab selama proses penelitian. Penelitian ini terbagi menjadi dua tipe, yaitu.

- a) *Single cross-sectional designs*, yaitu mengumpulkan satu data responden dari satu kelompok.
- b) *Multiple cross-sectional designs*, memiliki dua atau beberapa kelompok sampel yang berbeda tetapi informasi yang digunakan hanya diambil satu kali.

2) *Longitudinal Research*

Longitudinal Research merupakan jenis penelitian yang mengukur data pada jangka waktu tertentu melalui sekumpulan kelompok. Penelitian ini bertujuan untuk dapat melihat perubahan yang terjadi seiring berjalannya waktu.

b. *Causal Research*

Causal Research merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode eksperimen dalam mengumpulkan data. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan sebab dan akibat antara dua variabel (Malhotra, 2020).

Pada kajian ini, penulis memakai desain penelitian *conclusive research design* dengan jenis penelitian *descriptive research* karena suatu fenomena dan memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan mengkaji suatu fenomena pemasaran dengan menggunakan hipotesis, khususnya mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian kembali pada kunjungan JakartaXBeauty. Selanjutnya, penelitian ini juga menggunakan jenis penelitian *single cross-sectional design* karena pengumpulan data yang diambil hanya satu kali pada satu kelompok selama proses penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Malhotra (2020), Target populasi diartikan sebagai kelompok komponen atau elemen berisi data yang diperlukan oleh peneliti dan hasil yang ingin dicapai menjadi populasi yang dituju oleh penelitian. Target populasi pada penelitian adalah wanita dan pria yang pernah mengunjungi JakartaXBeauty 2023 pada kurun waktu 3-6 Agustus 2023, pernah mengunjungi *event beauty* lainnya selain JakartaXBeauty, dan tidak

mau mengunjungi JakartaXBeauty kembali di masa depan serta pernah mengunjungi *event beauty* lain selain JakartaXBeauty.

3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra (2020), Sampel didefinisikan sebagai subkelompok dari populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian. Karakteristik sampel, yang disebut statistik, kemudian digunakan untuk membuat kesimpulan tentang parameter populasi. Sampel pada penelitian ini wanita dan pria yang pernah mengunjungi JakartaXBeauty pada rentang tanggal 3-6 Agustus 2023.

Beberapa kriteria dari penelitian ini sebagai unit sampel, yaitu.

- a) Wanita dan Pria
- b) Berusia 27-36 tahun
- c) Berdomisili Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, dan lainnya.
- d) Pernah mengunjungi dan tidak mau mengunjungi kembali JakartaXBeauty di masa depan.
- e) Pernah mengunjungi *event beauty* lainnya selain JakartaXBeauty.

3.3.2.1 *Sampling Frame*

Menurut Malhotra, (2020) *sampling frame* adalah sekumpulan objek yang diidentifikasi menjadi tujuan dari populasi penelitian dan menjadi target populasi. Peneliti memiliki kriteria tersendiri yang digunakan dalam penelitian ini, sehingga tidak memiliki *sampling frame*.

3.3.3 *Sampling Techniques*

Menurut Malhotra (2020) terdapat dua jenis teknik pengambilan sampel yaitu *nonprobability sampling* dan *probability sampling*. Pengertian dijelaskan sebagai berikut.

1. *Nonprobability Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang mengutamakan kenyamanan dan penilaian sendiri, atau tidak bisa diidentifikasi (Malhotra, 2020). Teknik *nonprobability sampling* umumnya digunakan melalui beberapa cara yaitu.

a. *Convienience Sampling*

Merupakan metode pengambilan sampel yang sangat sederhana digunakan karena semua orang dapat menjadi sampel. Pemilihan unit sampling sepenuhnya bergantung pada pewawancara. Seringkali, responden dipilih secara kebetulan berdasarkan keberadaan mereka di tempat dan waktu yang tepat. Ini memudahkan peneliti dalam mendapatkan sampel (Malhotra, 2020).

b. *Judgemental Sampling*

Merupakan metode pengambilan sampel yang memilih sampel berdasarkan standar atau kriteria yang ditetapkan oleh peneliti setelah melalui proses penyaringan atau *screening* tertentu (Malhotra, 2020).

c. *Quota Sampling*

Merupakan metode pengambilan sampel menggunakan dua tahap. Tahap pertama melibatkan pengembangan kategori, kuota, dan elemen populasi. Tahap kedua melibatkan pemilihan elemen sampel berdasarkan *Convenience Sampling* atau *Judgemental Sampling*, yang ditentukan oleh penilaian peneliti (Malhotra, 2020).

d. *Snowball Sampling*

Merupakan metode pengambilan sampel secara acak. Responden akan diberikan informasi oleh peneliti dan akan dipilih berdasarkan informasi tersebut (Malhotra, 2020).

2. *Probability Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang populasinya sudah diketahui sebelumnya. Pada teknik ini, responden memiliki peluang kesempatan yang sama dan peneliti memiliki *sampling frame*. Adapun empat teknik *probability* menurut Malhotra (2020) yaitu.

a. *Simple Random Sampling*

Merupakan metode pengambilan sampel yang dipilih secara acak dan memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sebagai sampel (Malhotra, 2020).

b. *Systematic Sampling*

Merupakan metode pengambilan sampel yang berawal dipilih secara acak kemudian dipilih secara urut sesuai nomor ke-n dalam daftar (Malhotra, 2020).

c. *Stratified Sampling*

Merupakan metode pengambilan sampel yang dipilih secara acak dari pembagian populasi menjadi strata atau subpopulasi sebelumnya (Malhotra, 2020).

d. *Cluster Sampling (Two-Stage)*

Merupakan metode pengambilan sampel yang memilih secara acak melalui pembagian atau pemisahan populasi menjadi kelompok atau kategori (Malhotra, 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *judgmental sampling* karena sampel yang digunakan berdasarkan kriteria profiling dan *screening* tertentu sesuai dengan yang dibutuhkan selama proses penelitian yaitu generasi millennial dengan usia 27-36 tahun, pernah mengunjungi JakartaXBeauty 2023 pada rentang tanggal

03-06 Agustus 2023, tidak mau mengunjungi kembali JakartaXBeauty di masa depan, dan pernah mengunjungi *event beauty* lainnya selain JakartaXBeauty.

3.3.4 Sample Size

Besarnya sampel ditentukan tidak hanya berdasarkan perhitungan statistik, namun juga berdasarkan pertimbangan seperti waktu, biaya, dan tujuan penelitian (Malhotra, 2020). Menurut Hair et al., (2019) bahwa peneliti dapat menyesuaikan jumlah sampel yang ingin digunakan berdasarkan jumlah indikator yang digunakan dalam pembuatan kuesioner, dengan asumsi ($n \times 5$). Pada penelitian ini terdapat 25 indikator pertanyaan untuk mengukur 5 variabel sehingga jumlah minimum responden yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 125 responden. Namun, pada penelitian ini data yang digunakan adalah 130 responden.

3.3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel Eksogen

Menurut Malhotra (2020), Variabel eksogen merupakan variabel laten yang bertindak sebagai variabel independen, tidak memiliki arah panah yang menuju ke dalamnya dari konstruk atau variabel lain. Variabel eksogen disebut juga sebagai variabel X. Dalam penelitian ini, variabel eksogen ialah *service quality* pada *core service* dan *service quality* pada *peripheral service*

2. Variabel Endogen

Menurut Malhotra (2020), Variabel endogen adalah variabel laten yang bertindak sebagai variabel dependen, memiliki satu atau lebih arah panah yang masuk ke dalamnya dari konstruk atau variabel lain. Variabel endogen disebut juga sebagai variabel Y. Dalam penelitian ini, variabel endogen ialah *perceived value*, *customer satisfaction*, dan *repurchase intention*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Malhotra (2020), Research data terbagi menjadi dua jenis yaitu.

1. *Primary Data*

Primary data merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti tanpa perantara untuk dapat mengatasi masalah penelitian. Selanjutnya, untuk mendapatkan data primer biasanya membutuhkan biaya dan waktu yang besar (Malhotra, 2020)

2. *Secondary Data*

Secondary data merupakan data yang telah dikumpulkan untuk tujuan lain di luar permasalahan yang ada seperti database yang bisa digunakan untuk keperluan penelitian. Selanjutnya, untuk mendapatkan data sekunder memerlukan biaya yang relatif murah, sehingga bisa didapatkan dengan cepat, mudah, dan dalam waktu singkat (Malhotra, 2020).

Pada penelitian ini menggunakan kedua jenis data tersebut yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil survei peneliti yang disebarakan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, artikel, dan buku ilmiah.

3.4.1 Prosedur Penelitian

Proses menyelesaikan penelitian ini, terdapat alur atau prosedur penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut.

- 1) Proses melakukan penelitian ini membutuhkan waktu selama kurang lebih empat bulan, terhitung sejak bulan September 2023 hingga Desember 2023. Penelitian ini dimulai dengan menentukan objek penelitian, masalah yang akan diteliti, dan variabel model penelitian yang akan digunakan selama proses penelitian.
- 2) Pengumpulan data pada penelitian ini diambil dari data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui berbagai sumber seperti

website terpercaya, buku ilmiah, jurnal, artikel, dan pilot survei untuk mendukung menyusun latar belakang dan kerangka penelitian (model penelitian dan hipotesis penelitian).

- 3) Mencari dan menentukan pilihan jurnal sebagai dasar penyusunan item indikator pertanyaan yang kemudian disesuaikan kembali dengan objek kajian yang ditelaah, memperbaiki penggunaan tata bahasa agar lebih mudah dipahami oleh responden.
- 4) Menyusun survei berupa kuesioner menggunakan Google Form untuk memperoleh data. Kemudian, disebarlan secara online melalui Whatsapp, Line, Instagram, dan Telegram. Kuesioner dibuat berdasarkan indikator pertanyaan dari variabel yang diteliti pada penelitian ini. Tautan kuesioner yang disebarlan sebagai berikut <https://forms.gle/uuTDYVcsaPQ41VXS6>
- 5) Data awal yang diperoleh untuk melakukan *pre-test* untuk di uji validitas dan reliabilitas sebanyak 40 responden yang diuji menggunakan software SPSS versi 23.
- 6) Selanjutnya, disebarlan kembali kuesioner tersebut untuk memperoleh data besar dan diuji kembali menggunakan SEM-PLS yakni software SmartPLS versi 3.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Berikut merupakan tabel operasional yang digunakan sebagai acuan untuk menyusun kuesioner.

Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Penelitian

No	Variabel	OPERATIONAL DEFINITION OF VARIABLE	MEASUREMENT	INDICATOR CODE	SOURCES	Scale
1	<i>Core Service Quality</i>	<i>Core service quality</i> merupakan kualitas layanan utama yang ditawarkan pada suatu acara kepada	Saya merasa senang terhadap bintang tamu, panggung, dan acara pada JakartaXBeauty 2023	CSQ1	<i>Understanding core and peripheral service quality in customer repurchase of the performing arts, 2008</i>	Likert Scale (1-7)

No	Variabel	OPERATIONAL DEFINITION OF VARIABLE	MEASUREMENT	INDICATOR CODE	SOURCES	Scale
		konsumen yang artinya menjadi sebuah produk yang dapat dirasakan secara langsung oleh konsumen (Hume <i>et al.</i> , 2006).	Menurut saya Pengalaman kunjungan ke JakartaXBeauty 2023 sesuai dengan apa yang saya harapkan	CSQ2	<i>Service quality, perceived value and behavioral intentions among highly and lowly identified baseball consumers across nations, 2019</i>	
			Menurut saya Acara Jakarta X Beauty 2023 diselenggarakan secara profesional	CSQ3		
			Menurut saya Harga tiket JakartaXBeauty terjangkau	CSQ4		
			Menurut saya Jadwal acara rundown pada JakartaXBeauty 2023 nyaman secara keseluruhan.	CSQ5		
2	<i>Peripheral Service Quality</i>	Peripheral service quality meliputi kualitas layanan yang mendukung kualitas layanan inti pada kualitas venue seperti lobi ruang tunggu, parkir, akses transportasi umum, <i>ticketing</i> dan <i>customer flow</i> . (Hume <i>et al.</i> , 2006)	Akses, parkir atau transportasi menuju lokasi Jakarta X Beauty mudah ditemukan	PSQ1	<i>The consequence of appraisal emotion, service quality, perceived value and customer satisfaction on repurchase intent in the performing arts, 2010</i>	
			Pelayanan JakartaXBeauty 2023 (Ticketing, fasilitas) terorganisir dengan baik pada saat pertama kali saya datang	PSQ2		
			Perilaku panitia pada acara JakartaXBeauty 2023 membuatku merasa nyaman.	PSQ3		

No	Variabel	OPERATIONAL DEFINITION OF VARIABLE	MEASUREMENT	INDICATOR CODE	SOURCES	Scale
			Keamanan JakartaXBeauty sangat baik	PSQ4	<i>Service quality, perceived value and behavioral intentions among highly and lowly identified baseball consumers across nations, 2019</i>	
			Parkiran JakartaXBeauty 2023 dibuka dengan baik sebelumnya.	PSQ5	<i>Measuring spectators' perception toward peripheral stadium quality services after COVID-19: impact on their emotions and attendance intentions, 2022</i>	
3	<i>Perceived Value for time and money</i>	<i>Perceived value adalah konsumen dapat menilai secara utuh terhadap suatu utilitas berdasarkan respons perbandingan antara untung dan rugi (Luo et al., 2022).</i>	Dengan apa yang Saya dapat pada JakartaXBeauty 2023 sebanding dengan uang yang dikeluarkan	PV1	<i>Understanding core and peripheral service quality in customer repurchase of the performing arts, 2008</i>	
			Dengan apa yang Saya dapat pada JakartaXBeauty 2023 sebanding dengan usaha yang dilakukan	PV2	<i>Understanding core and peripheral service quality in customer repurchase of the performing arts, 2008</i>	
			Dengan apa yang Saya dapat pada JakartaXBeauty 2023 sebanding dengan waktu yang saya habiskan.	PV3		
			Mengingat waktu yang saya habiskan, ada baiknya mengunjungi JakartaXBeauty	PV4	<i>Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB), 2021</i>	
			Mengingat uang yang saya keluarkan, ada baiknya mengunjungi JakartaXBeauty	PV5		

No	Variabel	OPERATIONAL DEFINITION OF VARIABLE	MEASUREMENT	INDICATOR CODE	SOURCES	Scale	
4	<i>Customer Satisfaction</i>	Kepuasan konsumen atau <i>customer satisfaction</i> merupakan tingkat perasaan konsumen setelah dibandingkan dengan harapannya (Devi & Yasa, 2021)	Dengan apa yang Saya dapat pada JakartaXBeauty 2023 sebanding dengan uang yang dikeluarkan	CS1	<i>Understanding core and peripheral service quality in customer repurchase of the performing arts, 2008</i>		
			Dengan apa yang Saya dapat pada JakartaXBeauty 2023 sebanding dengan usaha yang dilakukan	CS2			
			Dengan apa yang Saya dapat pada JakartaXBeauty 2023 sebanding dengan waktu yang saya habiskan.	CS3			
			Mengingat waktu yang saya habiskan, ada baiknya mengunjungi JakartaXBeauty	CS4			<i>Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behavior (TPB), 2021</i>
			Mengingat uang yang saya keluarkan, ada baiknya mengunjungi JakartaXBeauty	CS5			
5	<i>Repurchase Intention</i>	<i>repurchase intention</i> adalah perilaku mengulangi pembelian produk atau jasa tertentu dari waktu ke waktu (Syifa Johan <i>et al.</i> , 2020)	Jika JakartaXBeauty diadakan kembali, kemungkinan saya akan mengunjungi acara ini kembali	RI1	<i>Understanding core and peripheral service quality in customer repurchase of the performing arts, 2008</i>		
			Jika JakartaXBeauty diadakan kembali, kemungkinan saya akan memilih JakartaXBeauty daripada acara kecantikan yang lain.	RI2			
			Jika JakartaXBeauty diadakan kembali, kemungkinan saya akan memilih menghabiskan dana saya untuk	RI3			

No	Variabel	OPERATIONAL DEFINITION OF VARIABLE	MEASUREMENT	INDICATOR CODE	SOURCES	Scale
			JakartaXBeauty			
			Saya akan kembali ke JakartaXBeauty di masa depan	RI4	<i>Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behavior (TPB), 2021</i>	
			Jika harus memutuskan lagi saya akan memilih JakartaXBeauty lagi	RI5		

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Pre-test dengan Faktor Analisis

Menurut Malhotra (2020) *Pretest* merupakan pengukuran hasil kuesioner menggunakan sampel kecil yang memiliki tujuan untuk dapat melihat dan memperbaiki potensi masalah yang terdiri dari 15-30 responden. Pada penelitian ini, pretest yang dilakukan kepada sebanyak 40 responden.

3.6.2 Uji Instrument

Di bawah ini merupakan penjelasan mengenai uji validitas dan uji reliabilitas selama melakukan pre-test menggunakan software SPSS versi 23 yaitu sebagai berikut.

1) Uji Validitas

Pengujian yang melihat tingkat perbedaan pada skor skala yang mencerminkan perbedaan sebenarnya antara objek dan atribut yang diukur merupakan uji validitas (Malhotra, 2020). Terdapat tiga tipe validitas, yakni.

a. *Content Validity*

Lebih dikenal sebagai *face validity*, bersifat subjektif yang dievaluasi dengan melihat seberapa baik isi skala yang mewakili pengukuran item yang ada.

b. Criterion-related Validity

Tipe validitas ini melihat apakah harapan yang berkaitan dengan variabel lain yang digunakan sebagai variabel bermakna memiliki skala kinerja yang sesuai.

c. Construct Validity

Tipe validitas ini melihat menjawab apakah pertanyaan yang berhubungan tentang konstruk atau apa karakteristik terukur dengan skala.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini menggunakan tipe *construct validity* karena adanya indikator pertanyaan yang digunakan sebagai alat penelitian untuk mengukur tingkat signifikan suatu variabel. Selanjutnya, variabel yang diukur dikatakan valid apabila telah memenuhi syarat-syarat validitas. Berikut merupakan syarat-syarat validitas yakni.

Tabel 3.2 Syarat Validitas

No	Ukuran Validitas	Nilai diisyaratkan
1	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) merupakan indeks yang digunakan sebagai pengujian kelayakan dari analisis faktor (Malhotra, 2020)	Nilai KMO $\geq 0,5 - 1,0$ menunjukkan bahwa analisis faktor yang tepat. Nilai KMO $< 0,5$ menunjukkan bahwa analisis faktor mungkin tidak tepat dalam pengukuran validitas (Malhotra, 2020)
2	Bartlett Test of Sphericity Merupakan uji statistik yang	Sig. $< 0,05$ Nilai significant Bartlett's test $<$

	digunakan untuk menguji variabel-variabel pada hipotesis di dalam populasi tidak berkorelasi (Malhotra, 2020)	0,5 menjelaskan bahwa adanya korelasi yang signifikan antar variabel, jika ($r = 1$) berarti setiap variabel memiliki korelasi yang sempurna dengan dirinya sendiri. Sedangkan, jika ($r = 0$) berarti tidak terdapat korelasi dengan variabel lain (Malhotra,2020)
3	Factor Loadings of Component Matrix Memiliki manfaat untuk melihat validitas pada setiap indikator dalam membangun tiap variabel. (Hair et al., 2019).	Factor Loadings of Component Matrix $\geq 0,5$ Nilai <i>factor loadings of component</i> $\geq 0,5$ berarti indikator tersebut mampu membentuk dan menjelaskan suatu variabel (Hair et al., 2019).
4	Communality Merupakan jumlah varians yang ada pada suatu variabel dengan semua variabel yang dipertimbangkan (Malhotra, 2020)	Communality $\geq 0,5$ Jika nilai $\geq 0,5$ maka konstruk valid, sebaliknya jika nilai $< 0,5$ maka konstruk tidak valid (Malhotra, 2020).

2) Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra (2020), Reliabilitas diartikan dengan sejauh mana sejauh mana skala dapat menghasilkan hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran berulang-ulang. Uji reliabilitas memiliki tiga jenis pendekatan yaitu sebagai berikut.

a. *Test-retest Reliability*

Test-retest Reliability merupakan teknik untuk mengevaluasi reliabilitas dengan cara meminta responden

menilai perangkat item yang sama pada dua waktu berbeda dalam kondisi yang serupa.

b. *Alternatives-forms Reliability*

Alternatives-forms Reliability adalah sebuah pendekatan untuk mengevaluasi reliabilitas yang melibatkan dua perangkat item yang paralel/mirip yang dinilai oleh responden yang sama pada dua waktu berbeda.

c. *Internal Consistency Reliability*

Internal Consistency Reliability digunakan untuk menilai konsistensi internal suatu skala dengan menjumlahkan beberapa item menjadi skor total. Setiap item mengukur beberapa aspek konstruk yang diukur di seluruh skala dan item-item tersebut harus konsisten dalam mengukur karakteristik yang diteliti. Terdapat dua jenis internal *consistency reliability* yaitu *split-half* dimana skala dibagi dua dan skor dari dua bagian saling dikaitkan, serta *cronbach's alpha* yang merupakan rerata korelasi antar semua item dalam skala jika dilakukan pemisahan skala menjadi semua kemungkinan kombinasi item.

Pada penelitian ini, jenis internal *consistency reliability* yang digunakan adalah *cronbach's alpha*. Hal ini dilakukan karena kuesioner penelitian dianggap reliabel jika jawaban responden konsisten sesuai dengan karakteristik yang terkait dari waktu ke waktu. Dalam uji validitas pada maintest, terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi, antara lain:

Tabel 3.3 Syarat-syarat Reliability

No	Kategori	Kriteria diterima
----	----------	-------------------

1	<i>Cronbach's Alpha</i>	Cronbach's Alpha > 0.7
2	<i>Composite Reliability</i>	CR > 0.7
3	<i>rho_A.</i>	rho_A > 0.7

Sumber: Malhotra, 2020

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.6.3 Analisis Data Penelitian

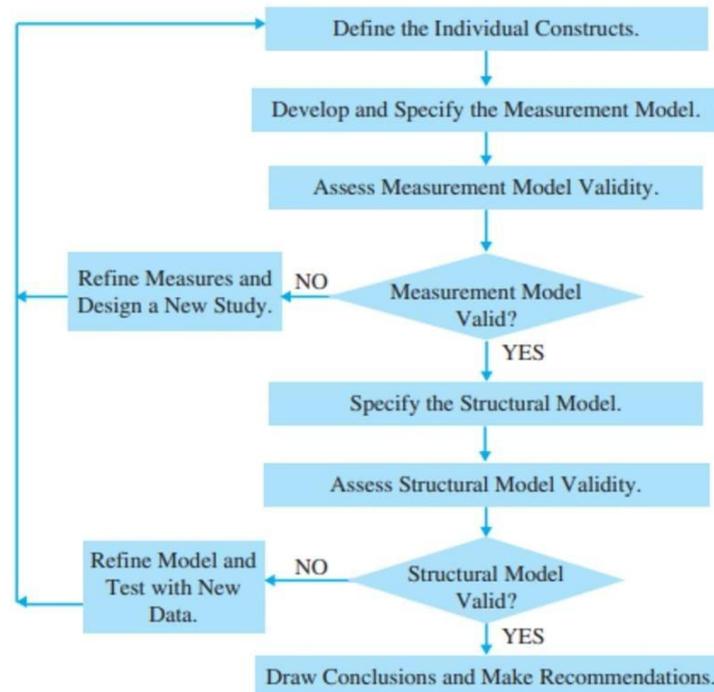
3.6.3.1 Partial Least Square – Structure Equation Model (SEM)

Structural Equation Model (SEM) merupakan prosedur untuk memperkirakan serangkaian hubungan ketergantungan antara himpunan konsep atau konstruksi yang direpresentasikan oleh banyak variabel terukur yang dimasukkan ke dalam model terintegrasi. SEM digunakan untuk meneliti struktur hubungan timbal balik yang dinyatakan dalam persamaan struktural (model regresi). Terdapat 2 pendekatan SEM yaitu *covariance base* menggunakan Lisrel dan Amos yang berfungsi sebagai prediktor dan pengujian model, serta *variance base* menggunakan SmartPLS yang hanya berfungsi prediktor (Malhotra, 2020).

Model SEM terdiri dari dua sisi yakni measurement model dan structural model (Malhotra, 2020):

- a. *Measurement Model*, merupakan model pengukuran yang menunjukkan bagaimana variabel terukur mewakili suatu konstruksi. Variabel terukur juga dikenal dengan sebutan variabel manifes, indikator, atau item konstruk yang merepresentasikan konsep abstrak agar dapat diukur dan dianalisis.
- b. *Structural Model*, merupakan model pengukuran yang menggunakan teknik *confirmatory factor analysis* (CFA) untuk menentukan variabel mana yang mendefinisikan setiap konstruk. Model ini berusaha untuk mengkonfirmasi apakah jumlah konstruksi dan indikator sesuai dengan apa yang diharapkan dari teori.

Menurut Malhotra (2020) terdapat proses dalam melakukan SEM yang terdiri dari 6 tahapan ditunjukkan pada Gambar 3.4 di bawah ini.



Gambar 3.4 Tahapan Structural Equation Model (SEM)

Sumber: Malhotra, 2020

Selanjutnya, metode pengalihan atau alternatif pertama kali diperkenalkan oleh Herman O.A World dan digunakan pada model SEM dalam menganalisis data yang tidak memiliki distribusi normal adalah Partial Least Square (PLS). Model SEM dengan PLS bertujuan untuk memberikan estimasi nilai variabel laten yang sesuai dengan penggabungan linear dari indikator variabel laten yang memiliki keterkaitan dengan variabel tersebut. Adapun keunggulan pada metode PLS-SEM dari model SEM yang mendasar pada kovarians PLS-SEM untuk menyelesaikan dua kondisi yakni:

- 1) Faktor yang tidak ditetapkan (*factor indeterminacy*)

Situasi ini merupakan situasi dimana nilai faktor memiliki skor yang berbeda apabila dihitung dari sebuah model faktor tunggal. Sifat kesatuan pada gabungan yang didapatkan variabel laten karena tidak dibutuhkannya faktor umum pada indikator yang memiliki sifat formatif. Dalam situasi

ini, bentuk gabungan linier dari beberapa indikator disebut dengan variabel laten.

2) Solusi yang tidak diterima (*inadmissible solution*)

Kondisi solusi yang tidak dapat diterima biasanya tidak terjadi pada SEM-PLS, dikarenakan SEM-PLS berbasis varians dan bukan kovarian sehingga tidak akan menyebabkan terjadinya masalah matriks singularity. Selain itu, PLS bekerja pada model struktural yang bersifat rekursif, sehingga masalah un-identified, under-identified atau overidentified juga tidak akan pernah terjadi.

Situasi ini merupakan situasi yang tidak memicu masalah matriks singularity dan tidak terjadi di dalam PLS-SEM karena memiliki basis varians dan bukan basis kovarian. Selain itu, Model struktural yang digunakan dan bersifat rekursif merupakan cara kerja yang dijalankan oleh PLS. Maka, situasi ini tidak akan pernah terjadi atas keluhan terhadap masalah *unidentified*, *under-identified* atau *overidentified*.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan *variance base* PLS-SEM untuk memperkirakan pengaruh variabel independen terhadap dependen serta melihat adanya kekeliruan (error) yang didapatkan pada data responden melalui survey kuesioner online. Melalui PL-SEM akan menyederhanakan proses pengukuran pada penelitian dengan cara jumlah sampel yang tidak terlalu besar (Hair J, 2017). Analisis pada metode PLS-SEM juga terdiri dari 2 macam yakni inner model (struktural model) dan outer model (model pengukuran) (Hair J, 2017). Kemudian untuk dapat melakukan analisis jalur (*path analysis*) yang mampu mengolah konstruk yang terdiri dari beberapa variabel laten sekaligus, penelitian ini menggunakan SMART PLS (Hair J, 2017).

3.6.4 Uji Model Pengukuran (Outer Model)

1) *Convergent Validity*

Convergent validity memiliki fungsi untuk mengukur *outer loadings*, yang merupakan korelasi sederhana antara variabel dan faktor. *Outer loadings* yang tinggi menunjukkan bahwa variabel yang diukur bertemu pada konstruk yang sama. Idealnya, semua nilai *outer loadings* adalah $\geq 0,7$, yang berarti konstruk menjelaskan setidaknya 50% variasi dalam variabel terukur. Cara lain untuk menilai *convergent validity* adalah dengan melihat nilai *average variance extracted* (AVE). Nilai AVE $\geq 0,5$ mengindikasikan *convergent validity* yang memuaskan (Malhotra, 2020).

2) *Discriminant Validity*

Diperlukannya *discriminant validity* untuk menunjukkan bahwa satu konstruk berbeda dengan konstruk lainnya, sehingga memberikan kontribusi unik. Penilaian *discriminant validity* dapat dilakukan dengan melihat nilai *Fornell-Larcker Criterion* yang harus lebih tinggi untuk setiap konstruk, dan nilai *Cross Loadings* yang diterima adalah $\geq 0,7$ (Hair et al., 2019). Uji ini didasarkan pada logika bahwa variabel yang diuji memiliki nilai lebih baik dalam menjelaskan konstraknya sendiri dibanding konstruk lain. Multikolinearitas dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) yang nilai toleransinya harus $< 0,3$, jika melebihi batas tersebut maka ditemukan kolinearitas antar variabel (Malhotra, 2020)

- 3) Reliability Konstruk yang tidak reliabel dapat berdampak pada konstruk yang tidak valid. Oleh sebab itu, perlunya penilaian *reliability* konstruk dalam model pengukuran yang dapat dilakukan melalui dua cara antara lain *Cronbach's Alpha* ($\geq 0,7$) dan *Composite Reliability* (CR) (Malhotra, 2020). CR juga dapat didefinisikan sebagai rasio total varians aktual skor konstruk yang terkait dengan varians total skor. Nilai CR $\geq 0,7$ maka dianggap baik, sedangkan nilai dengan perkiraan 0,6 hingga 0,7 masih bisa diterima jika estimasi validitas modelnya baik.

3.6.5 Uji Model Struktural (Inner Model)

- 1) R Square (*Coefficient of Determination*) R Square (R^2) bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menguraikan variasi variabel dependen (Malhotra, 2020). Antara angka 0 dan 1 adalah keberadaan Nilai R^2 . Nilai R^2 yang kecil memungkinkan adanya kemampuan variabel independen yang terbatas untuk menjabarkan variabel dependen, sebaliknya nilai R^2 mendekati angka 1 maka memiliki kemampuan untuk menguraikan variabel dependen semakin baik.
- 2) *Effect Size* (f^2) Menurut Hair *et al.*, (2019) besaran ukuran ini memiliki tujuan untuk dapat memperkirakan sejauh mana fenomena yang sedang dipelajari mempunyai korelasi di populasi. Besaran nilai f^2 dilihat antara lain sebagai berikut:
 - Efek kecil: 0.02, dikatakan tidak memiliki efek jika nilai kurang dari 0.02
 - Efek sedang: 0.15
 - Efek besar 0.35

3.7 Uji Hipotesis

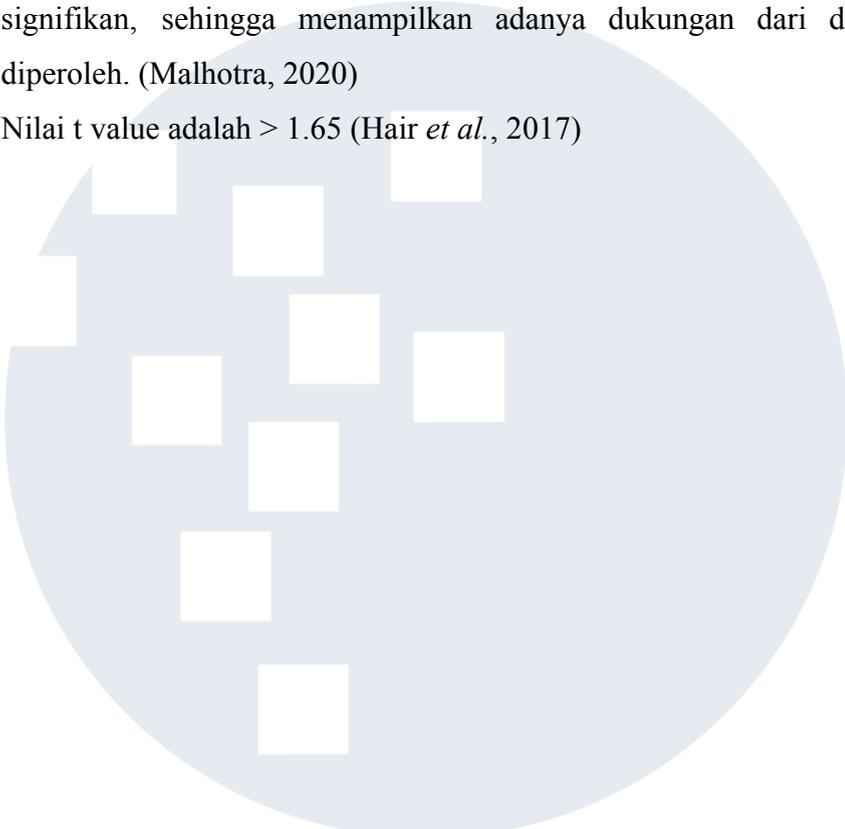
Hasil uji dilihat dari nilai *p-value* harus lebih rendah dari 0,05 atau nilai *t-statistik* yang harus lebih besar dari 1,65 (taraf signifikansi 5%, *one tailed*) pada koefisien jalur untuk memeriksa apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel (Hair *et al.*, 2017). Kemudian, uji hipotesis ini menggunakan PLS-SEM.

3.7.1 Testing Structural Relationship

Adapun persyaratan yang perlu dipenuhi agar suatu model teoritis dikatakan valid, antara lain sebagai berikut.

1. Hubungan dikatakan positif, apabila nilai standar koefisien ≥ 0 . Sedangkan, jika nilai standar koefisien ≤ 0 maka hubungan dikatakan negatif.

2. Besar nilai p value harus < 0.05 agar dapat dikatakan berpengaruh signifikan, sehingga menampilkan adanya dukungan dari data yang diperoleh. (Malhotra, 2020)
3. Nilai t value adalah > 1.65 (Hair *et al.*, 2017)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA