

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melibatkan pengumpulan data numerik, analisis data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan analisis statistik. Penelitian kuantitatif adalah cara untuk membuktikan teori melalui pengukuran beberapa variabel. Variabel-variabel ini kemudian dianalisis menggunakan statistika dan pengumpulan data angka. Biasanya, hasil analisis ini dipresentasikan dalam bentuk tabel, grafik, dan sebagainya. Keunggulan dari penelitian kuantitatif adalah data yang dihasilkan dapat diukur secara objektif dan dapat dianalisis secara statistik dalam mencapai tujuan penelitian. Peneliti juga dapat menyusun kesimpulan yang kuat berdasarkan bukti empiris.

Penelitian kuantitatif ini bersifat eksplanatif karena peneliti ingin meneliti mengapa situasi ini bisa terjadi dan apa yang menjadi pengaruhnya. Penelitian kuantitatif berfokus pada pengumpulan data dan analisis data untuk memberikan gambaran yang rinci tentang karakteristik, distribusi, atau hubungan antar variabel dalam suatu konteks. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *brand image clean beauty* Sensatia Botanicals terhadap tingkat kepercayaan *followers* Instagram Sensatia Botanicals dan seberapa besar pengaruhnya.

Paradigma ialah cara kita menafsirkan fenomena atau perilaku orang lain (Kriyantono, 2020). Paradigma penelitian ini adalah positivistik, di mana penelitian berangkat dari sebuah teori dan ingin melihat kenyataannya di lapangan.

#### 3.2 Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode survei untuk melakukan penelitian ini, yang melibatkan pengambilan data, analisis, dan interpretasi yang kemudian digunakan. Dengan metode penelitian survei. Berarti, data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa angka dari tren, sikap, dan pendapat sampel populasi.

Dua jenis survei adalah deskriptif dan eksplanatif. Yang pertama menggambarkan perilaku populasi yang diteliti. Yang kedua memberikan gambaran tentang situasi tertentu. Karena tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antara variabel yang diteliti, peneliti menggunakan jenis survei eksplanatif. Jenis survei eksplanatif terbagi menjadi dua jenis, yaitu eksplanatif komparatif yang digunakan untuk membandingkan variabel dan jenis survei eksplanatif asosiatif menjelaskan hubungan antara dua variabel. Studi ini menggunakan jenis asosiatif (Kriyantono, 2020, p. 153).

Masing-masing metode memiliki alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Studi ini menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian karena metodenya adalah survei. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan yang memungkinkan responden untuk menceritakan apa yang mereka rasakan dan alami. Kuesioner disebar secara digital (*Google Form*).

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Malhotra (Malhotra, 2020, p. 237) mengatakan bahwa populasi adalah semua komponen yang memiliki atribut yang sebanding dengan tujuan penelitian masalah. Peneliti memerlukan subjek untuk melakukan penelitian. Untuk mencapai subjek utama penelitian, subjek ini dipilih dari populasi yang besar dan dipilih lagi menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan populasi *followers* Instagram Sensatia Botanicals. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 122.000 *followers* per Maret 2024.

Type of Study	Minimum Size	Typical Range
Problem identification research (e.g., market potential)	500	1,000–2,500
Problem-solving research (e.g., pricing)	200	300–500
Product tests	200	300–500
Test-marketing studies	200	300–500
TV/radio/print advertising (per commercial or ad tested)	150	200–300
Test-market audits	10 stores	10–20 stores
Focus groups	2 groups	6–15 groups

**Gambar 3.3.1** Ukuran Sampel Penelitian  
Sumber: Malhotra, 2020

Setelah populasi ditetapkan, ada dua cara untuk mendalami penelitian: sampel atau sensus. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel, yaitu kelompok populasi yang telah dipilih untuk dipelajari. Sampel memiliki fitur yang lebih rinci dan tepat.

Menurut Malhotra (2020), ada dua kategori *sampling*: *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Sampling* probabilitas mengambil sampel berdasarkan peluang atau kesempatan yang ada. Teknik *sampling* probabilitas termasuk *simple random sampling*, *systematic sampling*, *stratified sampling*, *cluster sampling*, dan sebagainya. *Non-probability sampling* adalah sampel yang dinilai dan ditentukan oleh peneliti; metode *sampling* ini biasanya menggunakan *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgemental sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*.

Peneliti akan menggunakan jenis *sampling non-probability* dan *purposive* dalam penelitian ini. Menurut Sekaran & Bougie (2019), *purposive sampling* terdiri dari kumpulan subjek yang dipilih secara khusus untuk memenuhi informasi yang diperlukan. *Purposive sampling* telah dipilih peneliti dan memenuhi kebutuhan penelitian. Sebagai sampel penelitian, peneliti akan menggunakan sampel berikut:

- Usia 18-40 tahun karena Generasi Milenial dan Generasi Z

- Merupakan *followers* Instagram Sensatia Botanicals
- Pernah menggunakan produk Sensatia Botanicals

### 3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep

Tahap di mana ide dapat diukur untuk diubah menjadi variabel dikenal sebagai operasionalisasi variabel. Sebelum menyebarkan kuesioner, ide harus diubah menjadi indikator pernyataan atau pertanyaan. Responden kemudian akan menjawab pernyataan dan pertanyaan ini.

*Brand image* digunakan sebagai variabel X dalam penelitian ini dengan dimensi yang diusulkan oleh Kotler dan Keller (2013), yaitu *brand identity*, *brand personality*, *brand association*, *brand attitude & behavior*, dan *brand benefit & competence*.

Variabel Y dari penelitian ini adalah tingkat kepercayaan konsumen (*consumer trust*) yang dicetuskan oleh Mayer (1995), yaitu *ability*, *benevolence*, dan *integrity*.



Tabel 3.4.3 Tabel Operasionalisasi Variabel X

<b>Variabel X <i>Brand Image</i> (Kotler &amp; Keller, 2013)</b>			
Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
<i>Brand Identity</i>	Logo	Sensatia Botanicals memiliki logo yang mudah dikenali oleh <i>followers</i>	Likert 1-4
	Warna	Warna logo hijau Sensatia Botanicals mencerminkan identitas <i>brand</i> (natural)	
	Kemasan	<i>Followers</i> dapat mengenali produk dari Sensatia Botanicals ketika melihat warna pada kemasannya	
		<i>Followers</i> dapat mengenali produk dari Sensatia Botanicals ketika melihat <i>font</i> yang digunakan pada label produk	
	Lokasi	Sensatia Botanicals dikenal sebagai <i>skincare</i> yang berasal dari Bali	
		Sensatia Botanicals mudah ditemukan di area Bali	
<i>Brand Personality</i>	Ramah lingkungan	Sensatia Botanicals merupakan <i>brand</i> yang ramah lingkungan	
		Sensatia Botanicals berusaha mengurangi limbah yang dihasilkan dalam proses produksinya	
	Minimalis	Sensatia Botanicals merupakan <i>brand</i> yang minimalis	
		Produk yang dihasilkan oleh Sensatia Botanicals minimalis namun tetap menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi	
<i>Brand Association</i>	Natural	Sensatia Botanicals dikenal sebagai <i>brand skincare</i> dan <i>bodycare</i> yang menggunakan bahan-bahan natural	
		Sensatia Botanicals dikenal sebagai <i>brand skincare</i> dan <i>bodycare</i> yang produknya tidak menggunakan bahan kimia	
		Sensatia Botanicals dikenal sebagai <i>brand</i> yang aman digunakan untuk orang dengan kulit sensitif	

<i>Brand Attitude &amp; Behavior</i>	Sikap Terhadap Pelanggan	Sensatia Botanicals berusaha memberikan pengalaman berbelanja yang baik untuk konsumennya	
		Sensatia Botanicals berusaha membangun komunikasi yang baik untuk konsumennya melalui akun Instagram	
		Sensatia Botanicals berusaha membangun interaksi yang baik untuk konsumennya melalui akun Instagram	
	Perilaku Terhadap Pelanggan	Sensatia Botanicals membangun interaksi di dalam toko dengan pelanggan	
		Sensatia Botanicals konsisten dalam menghasilkan produk yang berkualitas tinggi	
		Sensatia Botanicals informatif ketika menjelaskan produknya	
		Sensatia Botanicals informatif ketika menjelaskan produknya melalui akun Instagram	
<i>Brand Benefit &amp; Competence</i>	<i>Functional benefit</i>	Produk Sensatia Botanicals tidak menggunakan bahan-bahan kimia berbahaya	
		Produk Sensatia Botanicals bersifat natural sehingga cocok digunakan untuk kulit sensitif sekalipun	
	<i>Symbolic Benefit</i>	Menggunakan produk Sensatia Botanicals membantu meningkatkan kesadaran pelanggan akan pentingnya memperhatikan efek penggunaan produk terhadap lingkungan	
		Sensatia Botanicals menginspirasi penggunaannya untuk turut serta menjaga lingkungan	
	<i>Social Benefit</i>	Sensatia Botanicals memberikan keuntungannya kepada lingkungan sekitar sebagai <i>village based profit-sharing company</i>	
		Sensatia Botanicals menghasilkan produk yang ramah lingkungan	

Tabel 3.4.2 Tabel Operasionalisasi Variabel Y

<b>Variabel Y Consumer Trust (Mayer, 1995)</b>			
Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
<i>Ability</i>	<i>Ability to convince followers/consumer</i>	Saya merasa puas dengan informasi yang dibagikan di halaman Instagram Sensatia Botanicals	Likert 1-4
		Saya yakin dengan kualitas barang yang dijual Sensatia Botanicals	
		Saya percaya dengan manfaat dari produk Sensatia Botanicals	
<i>Benevolence</i>	Ketersediaan <i>brand</i> dalam memberikan kepuasan	Saya mendapatkan pelayanan yang baik ketika melakukan interaksi dengan admin Instagram Sensatia Botanicals	
		Saya merasa admin Instagram Sensatia Botanicals sudah berusaha menjelaskan produk dengan baik	
		Saya mendapatkan informasi dari admin Instagram Sensatia Botanicals lebih dari yang saya butuhkan	
<i>Integrity</i>	<i>Brand's integrity</i>	Saya percaya pada kualitas Sensatia Botanicals	
		Saya percaya bahwa produk Sensatia Botanicals aman karena sudah memiliki BPOM untuk mengedarkan produknya.	
		Saya percaya bahwa produk Sensatia Botanicals aman karena telah mendapatkan Sertifikasi GMP ( <i>Good Manufacturing Practice</i> ) di bawah petunjuk Kosmetik ASEAN.	
		Saya percaya bahwa produk Sensatia Botanicals aman karena telah mendapatkan Sertifikasi Halal oleh Kementrian Agama Republik Indonesia.	

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data yang akan digunakan dalam penelitian, peneliti terlebih dahulu harus mengumpulkan data. Data dapat dikumpulkan dengan berbagai cara, tetapi setiap cara membuat data tersebut memiliki jenisnya sendiri.

#### **3.5.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Untuk penelitian ini, metode survei berbentuk kuesioner digunakan. Responden (sumber data) menerima kuesioner ini melalui berbagai *platform* media sosial.

#### **3.5.2 Data Sekunder**

Jenis data yang telah dikumpulkan, dipublikasikan, atau diterbitkan sebelumnya oleh pihak lain disebut data sekunder. Data sekunder dapat digunakan kembali untuk tujuan penelitian tertentu. Data ini tidak dikumpulkan secara khusus oleh peneliti untuk penelitian mereka, melainkan merupakan data yang telah ada sebelumnya. Laporan keuangan, jurnal, buku, dan lainnya adalah contoh data publikasi. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu.

### **3.6 Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas)**

Menurut ide Creswell dalam Bonifasia Claudia (2023), skala pengukuran data digunakan untuk mengkategorikan variabel dan memilih jawaban dari pertanyaan kuesioner. Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan untuk menunjukkan adanya interval antara jawaban yang ada dengan tanda setuju atau tidak setuju.

Untuk menghindari nilai ambigu di tengah-tengah dan data menjadi kurang kuat, penelitian ini menggunakan skala Likert nilai rentang 1-4. Nilai rentang pertama adalah “Sangat Tidak Setuju” – “Tidak Setuju” – “Setuju” – dan “Sangat Setuju (Sugiyono, 2017, p. 158-159).

#### **3.6.1. Uji Validitas**



Tidak mungkin pertanyaan kuesioner dari operasionalisasi variabel disebarakan begitu saja. Agar pertanyaan dapat menunjukkan hasil yang dapat diukur, pertanyaan tersebut harus diuji terlebih dahulu. Peneliti harus melakukan *pre-test* untuk menentukan validitas pertanyaan (Ghozali, 2018, p. 51-54).

Kuesioner dibagikan kepada 210 orang yang memenuhi kriteria, yaitu seorang *follower* Instagram Sensatia Botanicals dan pernah menggunakan produk Sensatia Botanicals. *Pre-test* akan menggunakan program IBM SPSS dan Pearson *Correlation Test*. Peneliti akan membandingkan r hitung dengan rtabel untuk mengetahui apakah pertanyaan tersebut valid atau tidak. Jika r hitung lebih besar daripada rtabel, pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid dan sebaliknya.

**Distribusi nilai rtabel Signifikansi 5% dan 1%**

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

**Gambar 3.6.1.1** Rtabel  
Sumber: Scribd, 2024

Peneliti telah melakukan uji validitas menggunakan 30 data responden, item-item pertanyaan dikategorikan valid ketika nilai r hitung > 0.361. Hasil uji validitas variabel X yang didapatkan menunjukkan semua item pertanyaan pada variabel X valid.

**Tabel 3.6.1.1** Tabel Uji Validitas Variabel X

X1	0.513
X2	0.649
X3	0.390
X4	0.483
X5	0.618
X6	0.556
X7	0.713
X8	0.660
X9	0.724
X10	0.671
X11	0.691
X12	0.643
X13	0.698
X14	0.635
X15	0.446
X16	0.728
X17	0.679
X18	0.698
X19	0.678
X20	0.709
X21	0.739
X22	0.701
X23	0.701
X24	0.713
X25	0.664

X26	0.666
-----	-------

Seperti yang terlihat di Tabel Uji Validitas Variabel X, hasil uji validitas variabel X yang didapatkan menunjukkan semua item pertanyaan pada variabel X valid.

**Tabel 3.6.1.2** Tabel Uji Validitas Variabel Y

Y1	0.634
Y2	0.715
Y3	0.674
Y4	0.575
Y5	0.562
Y6	0.781
Y7	0.773
Y8	0.751
Y9	0.684
Y10	0.666

Seperti yang terlihat di Tabel Uji Validitas Variabel Y, hasil uji validitas variabel Y yang didapatkan menunjukkan semua item pertanyaan pada variabel Y valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses mengevaluasi alat ukur untuk memastikan bahwa hasilnya konsisten setelah digunakan berulang kali. Alat ukur harus tetap, stabil, dan dapat diandalkan sepanjang waktu. Jika nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70 variabel tersebut dianggap reliabel (Kriyantono, 2020, p. 145).

**Tabel 3.6.2.1** Tabel Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

.943	26
------	----

Gambar 3.6.2.1 menunjukkan hasil uji reliabilitas pada variabel X yang menunjukkan angka koefisien Cronbach's Alpha 0.943 yang berarti variabel X dinyatakan reliabel.

**Tabel 3.6.2.2** Tabel Uji Reliabilitas Variabel Y

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.872	10

Gambar 3.6.2.2 menunjukkan hasil uji reliabilitas pada variabel Y yang menunjukkan angka koefisien Cronbach's Alpha 0.872 yang berarti variabel Y dinyatakan reliabel.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

#### **3.7.1 Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (Ghozali, 2018), uji normalitas adalah pemeriksaan terhadap variabel residual yang menghasilkan hasil yang normal atau tidak normal untuk distribusi variabel. Metode pengujian normalitas ini menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov. Selain itu, peneliti juga menggunakan *Probability Plot* (P-Plot) dengan syarat titik P-Plot harus mengikuti garis diagonal dan nilai signifikansi harus di atas 0,05 untuk menunjukkan hasil berdistribusi normal.

#### **3.7.2 Uji Korelasi**

Menurut Kriyantono (Kriyantono, 2020), uji korelasi adalah pemeriksaan kekuatan hubungan antara variabel-variabel yang ada. Percobaan ini menggunakan rumus korelasi Pearson (Pearson *Correlation*), dengan asumsi:

- 1) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka berkorelasi;
- 2) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka tidak berkorelasi.

Untuk menentukan hubungan antarvariabel, terdapat pedoman derajat hubungan:

**Tabel 3.7.2.1** Tabel Derajat Hubungan

<b>Derajat Hubungan/Koefisien Asosiasi (<i>Pearson Correlation</i>)</b>	
Kurang dari 0,20	Hubungan rendah sekali
0,20 – 0,39	Hubungan rendah tapi pasti
0,40 – 0,70	Hubungan yang cukup berarti
0,71 – 0,90	Hubungan yang tinggi/kuat
Lebih dari 0,90	Hubungan yang sangat tinggi/kuat sekali/dapat diandalkan

Selain itu, Kriyantono mengemukakan sejumlah ketentuan:

- 1) Hubungan positif: Semakin besar nilai variabel X, maka semakin besar juga nilai variabel Y atau semakin kecil nilai variabel X, maka semakin kecil juga nilai variabel Y.
- 2) Hubungan negatif: Semakin besar nilai variabel X, maka semakin kecil nilai variabel Y atau semakin kecil nilai variabel X, maka semakin besar nilai variabel Y.
- 3) Bila hubungan koefisien = 0, maka tidak ada hubungan antar variabel.

### 3.7.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi dilakukan untuk mengetahui kekuatan hubungan dan arah variabel dependen dan independen. Ini dilakukan jika ada hubungan kausal atau sebab akibat antara dua variabel. Rumus berikut digunakan untuk menguji variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dalam uji regresi linear sederhana (Kriyantono, 2020).

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel tidak bebas

X = Variabel bebas

a = nilai konstanta

b = Koefisien variabel X

hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh dari *brand image clean beauty* Sensatia Botanicals terhadap tingkat kepercayaan *followers* Instagram Sensatia Botanicals.
- 2) H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh dari *brand image clean beauty* Sensatia Botanicals terhadap tingkat kepercayaan *followers* Instagram Sensatia Botanicals.

Pengujian hipotesis statistik dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi 0,05 dengan nilai signifikansi dalam tabel ANOVA:

- 1) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y
- 2) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

#### 3.7.4 Uji Hipotesis

Peneliti melakukan Uji t untuk mencari tahu seberapa jauh pengaruh variabel *brand image* (X) dapat menjelaskan variabel *consumer trust* (Y). Apabila nilai Sig.  $\geq 0,05$  berarti H<sub>a</sub> ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Namun, apabila nilai Sig.  $< 0,05$  berarti H<sub>a</sub> diterima. Artinya terdapat pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A