

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 3.1 Logo RAD Beaute

Sumber: Data Perusahaan

Rad Beaute adalah salon kecantikan modern yang hadir sejak Desember 2023, berlokasi di area strategis di Kemang, Jakarta Selatan. Lokasi ini dipilih untuk menghadirkan akses yang mudah bagi pelanggan di tengah lingkungan yang nyaman dan eksklusif. Dengan desain interior yang menawan, Rad Beaute menciptakan atmosfer relaksasi dan elegansi bagi setiap pengunjung yang datang. Salon ini tidak hanya berfokus pada layanan kecantikan tetapi juga pada pengalaman menyeluruh yang membuat pelanggan merasa istimewa. Rad Beaute berkomitmen untuk menjadi tempat yang tidak hanya memenuhi kebutuhan

kecantikan, tetapi juga menjadi pelarian dari rutinitas sehari-hari di kota metropolitan yang sibuk.



Gambar 3.2 Layanan *Threading* RAD Beaute

Sumber: Data Perusahaan

Salah satu daya tarik utama Rad Beaute adalah layanan perawatan kuku dan *Nail Art* yang beragam. Dengan teknik modern dan produk berkualitas tinggi, salon ini menawarkan berbagai desain kreatif yang dapat disesuaikan dengan preferensi pelanggan, dari gaya minimalis hingga yang penuh warna dan artistik. Para teknisi di Rad Beaute adalah profesional yang terlatih untuk menciptakan hasil yang rapi, tahan lama, dan indah. Mereka juga memperhatikan detail kebersihan dan

kesehatan kuku, memastikan pelanggan merasa nyaman selama proses perawatan. Bagi penggemar nail art, Rad Beaute menjadi tempat yang ideal untuk mengekspresikan kepribadian melalui seni di ujung jari mereka.



Gambar 3.3 *Ambience* Outlet RAD Beaute

Sumber: Data Perusahaan

Selain itu, Rad Beaute dikenal dengan layanan kecantikannya yang meliputi *waxing*, *eyelash extension*, dan *threading* yang dilakukan dengan teknik yang aman dan presisi. Layanan *waxing* di salon ini memberikan hasil kulit yang halus dan bebas iritasi dengan produk yang dirancang khusus untuk meminimalkan rasa tidak nyaman. *Eyelash extension* di Rad Beaute membantu menciptakan tampilan bulu mata yang lebih panjang, tebal, dan lentik, tanpa terlihat berlebihan, sehingga memberikan keindahan yang alami. Sementara itu, *threading* digunakan untuk membentuk alis dengan hasil yang rapi dan simetris, meningkatkan keindahan fitur wajah pelanggan. Setiap layanan dilakukan dengan hati-hati oleh tenaga ahli untuk memastikan hasil yang memuaskan dan bertahan lama.





Gambar 3.4 Hasil Layanan *Nail Art* RAD Beaute

Sumber: Data Perusahaan

Rad Beaute selalu mengikuti tren kecantikan terbaru, baik dalam teknik maupun produk yang digunakan, sehingga mampu memberikan pengalaman yang terus relevan bagi pelanggannya. Pelanggan tidak hanya datang untuk merawat diri, tetapi juga untuk menikmati suasana yang hangat dan pelayanan yang personal. Dalam waktu singkat, Rad Beaute telah membangun reputasi sebagai tempat

kecantikan yang terpercaya dan inovatif, membuatnya menjadi bagian penting dari rutinitas kecantikan banyak orang.

3.2 Desain Penelitian

Menurut (Malhotra et al., 2020) desain penelitian terbagi menjadi dua jenis yaitu, *exploratory research design* dan *conclusive research design*.

1. *Exploratory research design*, jenis riset yang fleksibel dan tidak memiliki struktur tetap. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan menyeluruh tentang suatu fenomena, yang hasilnya kemudian bisa dijadikan dasar untuk menentukan jenis informasi yang diperlukan.
2. *Conclusive research design*, sistematis dan terstruktur dibandingkan dengan riset eksploratori. Tujuan utamanya adalah untuk menguji hipotesis serta mengetahui adanya hubungan antar hipotesis. Penelitian konklusif ini dibagi menjadi dua pendekatan, yaitu penelitian deskriptif dan penelitian kausal.
 - a) *Descriptive research*, jenis riset yang bertujuan untuk menggambarkan suatu hal, di mana peneliti umumnya sudah memiliki pemahaman awal mengenai topik yang diteliti serta responden yang telah mengalami fenomena tersebut.
 - b) *Causal research*, merupakan riset yang digunakan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Umumnya, desain penelitian ini dilakukan dengan pendekatan eksperimen

Pada penelitian ini, peneliti menerapkan desain **conclusive research** dengan pendekatan penelitian deskriptif. Data dikumpulkan melalui metode survei menggunakan Google Form (kuesioner) untuk memperoleh informasi dari responden terkait objek yang diteliti.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

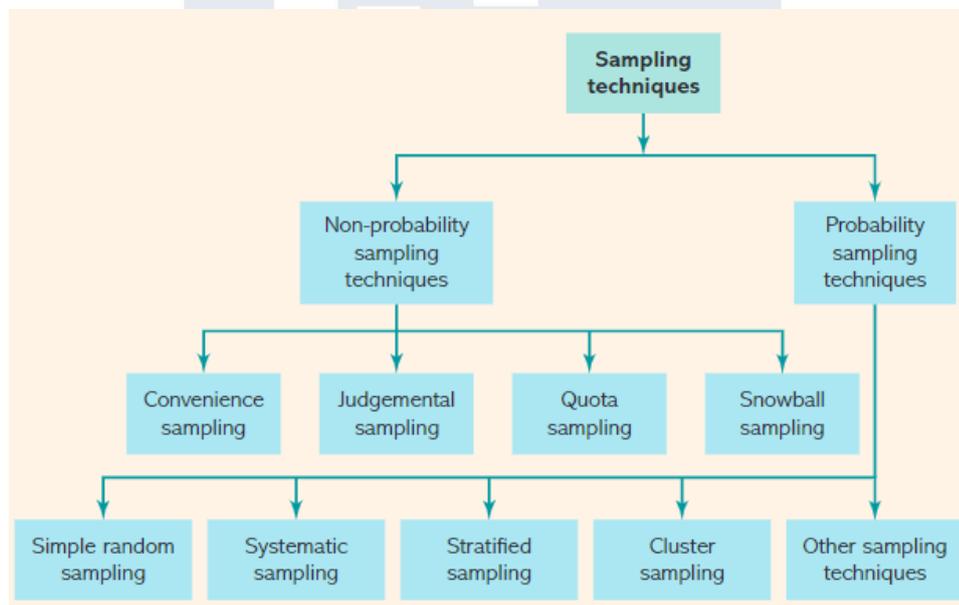
Target populasi merujuk pada sekelompok elemen atau objek yang menyimpan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk menarik suatu kesimpulan (Malhotra et al., 2020). Penentuan target populasi harus dilakukan secara akurat, karena kesalahan dalam menetapkannya dapat menyebabkan hasil penelitian menjadi kurang efektif. Menurut Malhotra et al. (2020), target populasi mencakup empat komponen utama, yaitu element, unit sampling, cakupan wilayah (*extent*), dan kerangka waktu (*time frame*).

1. Element adalah objek yang dibutuhkan dalam penelitian. Pada penelitian ini, element tersebut adalah orang yang sudah mengetahui RAD Beaute dari KOL Naomi Zaskia tetapi tidak melakukan pembelian di RAD Beaute.
2. Sampling unit adalah unit yang bersedia untuk dipilih dan diambil dalam pengambilan sampel dan berpartisipasi pada penelitian. Pada penelitian ini, unit sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah:
 - Followers Naomi Zaskia
 - Perempuan dan laki – laki
 - Orang yang belum pernah melakukan pembelian di RAD Beaute
3. Extent. Batas geografis seperti tempat ataupun wilayah yang ditentukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Pada penelitian ini batas geografis adalah di Indonesia pada Jabodetabek.
4. Time frame. Waktu yang dibutuhkan peneliti untuk mengumpulkan data sebelum diolah hingga pengolahan data tersebut. Pada penelitian ini pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dilakukan sejak November 2024 hingga Januari 2025.

3.3.2 Sampel Techniques

Teknik sampling dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling* (Malhotra et al., 2020).

Probability sampling merupakan metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai bagian dari sampel. Sebaliknya, *non-probability sampling* adalah metode pengumpulan data yang tidak menggunakan prosedur pemilihan acak, melainkan didasarkan pada pertimbangan subjektif atau penilaian pribadi dari peneliti.



Gambar 3. 5 Klasifikasi Desain Penelitian

Sumber: (Malhotra et al., 2020)

Menurut Malhotra et al. (2020), terdapat empat jenis teknik pengambilan sampel dalam **non-probability sampling**, yaitu:

1. *Convenience sampling*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kemudahan atau kenyamanan peneliti dalam memilih responden.
2. *Judgemental sampling*, merupakan bentuk dari convenience sampling di mana pemilihan responden dilakukan berdasarkan penilaian dan pertimbangan khusus dari peneliti.
3. *Quota sampling*, dilakukan melalui dua tahap: pertama, peneliti menentukan kuota untuk masing-masing elemen dalam populasi; kedua, pemilihan sampel dari tiap kuota dilakukan menggunakan teknik convenience sampling atau judgemental sampling.
4. *Snowball sampling*, yaitu metode di mana peneliti meminta responden awal untuk merekomendasikan individu lain yang sesuai dengan kriteria penelitian, sehingga sampel berkembang dari satu responden ke responden lainnya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik judgemental sampling, karena diperlukan responden yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya.

Ukuran sampel atau sampling size mengacu pada jumlah elemen yang dijadikan objek dalam suatu penelitian (Malhotra et al., 2020). Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling (sampel acak) yang ditujukan kepada orang yang sudah mengetahui RAD Beaute dari KOL Naomi Zaskia tetapi tidak melakukan pembelian di RAD Beaute di wilayah Jabodetabek. Jumlah minimum sampel yang dibutuhkan ditentukan berdasarkan rumus 7×16 , di mana 16 merupakan jumlah indikator pertanyaan dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini (Hair et al., 2020).

Penelitian ini menggunakan metode *single cross-sectional* dalam proses pengumpulan data, yaitu metode di mana data dikumpulkan hanya satu kali dalam satu periode waktu tertentu.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu November 2024 hingga Januari 2025, dimulai dari tahap perumusan masalah, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan kesimpulan dan saran. Proses pengumpulan serta pengolahan data berlangsung selama periode tersebut, yakni dari November 2024 sampai Januari 2025.

3.4.2 Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner online yang disebarakan menggunakan Google Form, sedangkan data sekunder berasal dari berbagai sumber seperti artikel, jurnal ilmiah, e-book, serta buku cetak sebagai referensi pendukung.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Tabel Operasional

Variable	Definisi	Variable	Indikator	Jurnal	Tahun
Reputasi of KOLs	Reputation didefinisikan sebagai persepsi baik yang dimiliki	RE1	Beauty Influencer Naomi Zaskia yang saya ikuti memiliki	<i>Assessing influence of online reputation on sales using a zero inflated</i>	2017

<p>oleh penjual, yang dapat meningkatkan volume penjualan mereka. Namun, efek marginal dari reputasi ini berkurang seiring waktu (Li et al., 2008).</p>		<p>banyak <i>followers</i>, <i>subscriptions</i>, atau <i>likes</i></p>	<p><i>negative binomial model</i></p>
	RE2	<p>Beauty Influencer Naomi Zaskia yang saya ikuti memiliki konten yang dibagikan di berbagai media</p>	
	RE3	<p>Beauty Influencer Naomi Zaskia yang saya ikuti memiliki konten yang terpercaya.</p>	
	RE4	<p>Beauty Influencer Naomi Zaskia yang saya ikuti memberikan rekomendasi yang berkualitas.</p>	

Interactivity with KOLS	Interaktivitas di media sosial adalah keterlibatan aktif pengguna dalam berinteraksi dengan konten dan pengguna lain. Tingkat interaktivitas yang tinggi dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan membentuk komunitas. Influencer memanfaatkan respons pengikut untuk menyesuaikan konten atau strategi promosi agar lebih efektif. (Zhao et al., 2024)	IN1	Beauty Influencer Naomi Zaskia yang saya ikuti di Instagram memudahkan saya dalam berinteraksi.	<i>The Influencers' Attributes and Customer Purchase Intention: The Mediating Role of Customer Attitude Toward Brand</i>	2024
		IN2	Beauty Influencer Naomi Zaskia yang saya ikuti memiliki antusias dalam berinteraksi dengan followers		
		IN3	Beauty Influencer Naomi Zaskia yang saya ikuti memiliki pengaruh yang besar pada saya		
		IN4	Beauty Influencer Naomi Zaskia yang saya		

			follow membuat saya tertarik untuk sering berinteraksi		
Likability of KOLs	Karakter ramah, mudah didekati, dan dapat dipercaya yang dimiliki oleh KOLs (Hoffman, 2014)	LI1	Beauty Influencer Naomi Zaskia yang saya ikuti memiliki personality yang ramah	<i>The Psychology of Expertise: Cognitive Research and Empirical AI.</i>	2014
		LI2	Beauty Influencer Naomi Zaskia yang saya ikuti mudah didekati.		
		LI3	Beauty Influencer Naomi Zaskia yang saya ikuti dapat dipercaya untuk berbagi informasi		
		LI4	Beauty Influencer Naomi Zaskia yang saya ikuti terbuka	<i>Attitudes toward Fashion Influencers as a Mediator of</i>	2022

			terhadap berbagai masukan	<i>Purchase Intention</i>	
Purchasing Intention	Purchase Intention adalah bentuk perilaku yang telah direncanakan dan nantinya dapat berubah menjadi keputusan pembelian di masa mendatang. (Akkaya, 2021).	PI1	Saya sangat mempertimbangkan untuk membeli layanan RAD Beauty yang direkomendasikan oleh Beauty Influencer Naomi Zaskia.	<i>Understanding the impacts of lifestyle segmentation & perceived value on brand purchase intention: An empirical study in different product categories</i>	2021
		PI2	Saya sedang mempertimbangkan untuk membeli layanan RAD Beaute dari review Instagram Beauty Influencer Naomi Zaskia		
		PI3	Saya akan serius mempertimbangkan untuk		

			membeli layanan RAD Beaute dari review Instagram Beauty Influencer Naomi Zaskia	
		PI4	Saya kemungkinan akan melakukan pembelian layanan RAD Beaute di masa mendatang dari review Instagram Beauty Influencer Naomi Zaskia	<i>Consumer Purchase Decision in Instagram Stores: The Role of Consumer Trust</i>
				2017

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Malhotra et al. (2020), uji validitas bertujuan untuk menilai apakah indikator yang digunakan dalam penelitian benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 29.0.2.0 dengan melibatkan 108 responden. Suatu data dinyatakan valid apabila memenuhi kriteria tertentu yang telah ditetapkan.

Berikut merupakan jenis ukuran validitas yang dapat dilakukan serta syaratnya: (Malhotra *et al.*, 2020; Hair *et al.*, 2014)

- ***Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy***: Indeks yang digunakan untuk mengukur kesesuaian analisis faktor (Malhotra *et al.*, 2020). Jika nilai KMO lebih besar (\geq) dari 0.05, maka analisis faktor memenuhi syarat dan teruji valid. (Malhotra *et al.*, 2020)
- ***Bartlett's Test of Sphericity***: Uji statistik yang digunakan untuk memeriksa hipotesis bahwa variabel-variabel tidak berkorelasi dalam populasi (Malhotra *et al.*, 2020). Jika nilai *Barlett's Test* lebih besar (\geq) dari 0.05, maka analisis faktor memenuhi syarat dan teruji valid. (Hair *et al.*, 2014)
- ***Anti-Image Correlation Matrix***: Matriks dari korelasi parsial antar variabel setelah analisis faktor yang merepresentasikan sejauh mana faktor-faktor dapat saling menjelaskan dalam hasil. Pengukuran pada *anti-image correlation matrix* menggunakan *measure of sampling adequacy* (MSA). Nilai pada diagonal berisi ukuran kecukupan sampling untuk setiap variabel, dan nilai di luar diagonal adalah korelasi parsial antar variabel (Hair *et al.*, 2014). Jika nilai MSA lebih besar (\geq) dari 0.05, maka analisis faktor memenuhi syarat, teruji valid dan variabel dapat saling menjelaskan
- ***Factor Loadings of Component Matrix***: Menguji korelasi antara variabel dan faktor – dalam hal ini, indikator (Malhotra *et al.*, 2020; Hair *et al.*, 2014). Jika nilai *Factor Loadings* lebih besar (\geq) dari 0.05, maka variabel pada model teruji valid dan signifikan

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra *et al.* (2020), uji reliabilitas digunakan untuk *mengetahui* sejauh mana suatu skala dapat memberikan hasil yang konsisten

ketika dilakukan pengukuran berulang. Tujuan dari uji ini adalah untuk menilai seberapa baik kuesioner mampu menggambarkan indikator dan variabel yang diteliti. Pengukuran reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha, di mana suatu instrumen dianggap memiliki konsistensi yang baik apabila nilai alpha-nya lebih dari 0,6. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan software SPSS versi 29.0.2.0, dengan melibatkan 30 responden pada tahap Pre-Test dan 108 responden pada Main Test.

3.6.2 Analisis Data Penelitian

Menurut Hair et al. (2014), analisis regresi berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan linier antara satu variabel dependen (endogen) dengan beberapa variabel independen (eksogen). Teknik ini bertujuan untuk memprediksi variabel dependen berdasarkan nilai-nilai yang diketahui dari variabel independen. Bobot atau koefisien pada masing-masing variabel independen mencerminkan seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel dependen, sehingga memudahkan dalam menafsirkan kontribusi setiap variabel.

Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hubungan linier antara enam variabel independen dan satu variabel dependen, sebagaimana telah dijelaskan pada tabel operasionalisasi variabel.

Namun, proses interpretasi dalam analisis regresi bisa menjadi kurang akurat apabila terdapat hubungan atau korelasi antar variabel independen. Oleh karena itu, sebelum melakukan analisis multivariat untuk mengukur pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik guna memastikan bahwa model penelitian layak digunakan (Purnomo, 2016). Pengujian asumsi klasik ini meliputi Uji Normalitas, Uji Homoskedastisitas, dan Uji Multikolinearitas.

3.7 Uji Hipotesis

Setelah model regresi memenuhi asumsi klasik, yaitu data telah terdistribusi normal, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, dan tidak ada

multikolinieritas. Maka hubungan antara variabel independen dan dependen dapat dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Teknik ini digunakan untuk mengidentifikasi variabel independen mana yang berpengaruh terhadap variabel dependen, mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan berdasarkan bobot koefisiennya, serta mengukur seberapa besar masing-masing variabel independen mampu menjelaskan perubahan pada variabel dependen (Hair et al., 2014; Purnomo, 2016).

Rumus analisis regresi berganda menurut Malhotra et al. (2020) dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_kX_k$$

Dengan keterangan:

Y adalah nilai prediksi dari variabel dependen,

a merupakan konstanta atau nilai tetap saat semua variabel independen bernilai nol,

$b_1, b_2, b_3, \dots, b_k$ adalah koefisien regresi yang menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen,

dan $X_1, X_2, X_3, \dots, X_k$ merupakan variabel-variabel independen dalam penelitian.

Untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam suatu model regresi, terdapat dua jenis ukuran yang dapat digunakan dalam analisis (Malhotra et al., 2020; Hair et al., 2014):

1. Koefisien Determinasi (R^2) merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar proporsi varians dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin baik kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen berdasarkan variabel independennya.

2. Adjusted Coefficient of Determination (Adjusted R²) adalah ukuran yang menyesuaikan nilai R² berdasarkan jumlah variabel independen dan ukuran sampel. Pengukuran ini berguna untuk membandingkan model regresi dengan jumlah variabel atau sampel yang berbeda, serta membantu menunjukkan seberapa baik model secara keseluruhan.

Menurut Hair et al. (2014), nilai adjusted R² minimal 50% dianggap cukup untuk menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen, atau bahwa model layak digunakan (goodness-of-fit). Namun, nilai yang terlalu mendekati 100% tidak selalu menunjukkan model yang baik. Nilai R² dan adjusted R² juga bisa dipengaruhi oleh jumlah kesalahan dalam model, yang disebut *standard error of the estimate*.

Ukuran Uji Hipotesis	Syarat untuk Dipenuhi
<p>Uji F digunakan untuk mengukur apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, melalui tabel ANOVA (Purnomo, 2016). Menurut Malhotra et al. (2020), F test menguji hipotesis nol bahwa nilai R² di populasi = 0, yang berarti tidak ada hubungan signifikan antara seluruh variabel independen dengan variabel dependen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Jika nilai signifikansi (α) pada tabel ANOVA < 0,05, maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. ● Sebaliknya, jika nilai signifikansi (α) > 0,05, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
<p>Uji t digunakan untuk menilai apakah terdapat pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Jika nilai signifikansi (α) pada tabel koefisien < 0,05 atau t-value > 1,65, maka variabel

<p>terhadap variabel dependen (Hair et al., 2014). Uji ini membantu mengidentifikasi variabel mana yang berpengaruh melalui unstandardized coefficients (menunjukkan besar pengaruh langsung) dan standardized coefficients (beta) yang menunjukkan kekuatan hubungan (Purnomo, 2016).</p>	<p>independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau t-value $< 1,65$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. (Hair et al., 2014; Purnomo, 2016)
--	---

