

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Penelitian ini akan mengkaji mengenai pengaruh *Sales Promotion* dan *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention*. Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu *Sales Promotion* (X1) dan *Online Customer Review* (X2), dan variabel dependen (Y) yaitu *Purchase Intention*.

Berdasarkan kurun waktu dalam pelaksanaan penelitian, penelitian ini menggunakan *Cross Sectional Method* dikarenakan penelitian dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun.

#### **3.2. Metode dan Desain Penelitian**

##### **3.2.1. Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan langkah ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan maksud dan tujuan tertentu. Pentingnya penerapan metode penelitian terletak pada kemudahan yang diberikannya kepada peneliti dalam merespon pertanyaan penelitian dan mengambil keputusan berdasarkan hasil analisis yang dilakukan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif. Metode deskriptif merupakan suatu cara untuk merumuskan pertanyaan yang terkait dengan nilai variabel yang mandiri, baik itu hanya pada satu variabel atau lebih (variabel tersebut), tanpa melakukan perbandingan atau mencari hubungan antara variabel satu dengan yang lain. Metode deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai pengaruh *Sales Promotion* dan *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention*.

##### **3.2.2. Desain Penelitian**

Menurut (Malhotra, 2020), desain penelitian merupakan suatu kerangka kerja yang terperinci (*framework*), digunakan untuk menjalankan suatu proyek riset pemasaran. Desain penelitian berperan penting dalam menentukan langkah-langkah prosedur yang diperlukan untuk mengumpulkan berbagai informasi yang diperlukan dalam riset pemasaran.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausalitas yang bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan hubungan sebab-akibat antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun desain dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Sales Promotion* dan *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention*.

### 3.3. Operasional Variabel

Operasional merujuk pada proses mendefinisikan variabel penelitian dengan mengacu pada karakteristik yang dapat diamati. Dalam konteks ini, mendefinisikan variabel secara operasional melibatkan penggambaran atau penjelasan variabel penelitian sedemikian rupa sehingga variabel tersebut bersifat spesifik (tidak berinterpretasi ganda) dan dapat diukur (*observable* atau *measureable*). Berikut ini tertera tabel yang telah disajikan dan merupakan operasional variabel yang terdapat dalam penelitian.

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala
<b><i>Sales Promotion</i> (X1) :</b>  Faktor utama dalam strategi pemasaran, terdiri dari beragam alat insentif yang dirancang untuk mendorong pembelian produk atau layanan tertentu dengan lebih cepat, baik oleh konsumen maupun oleh pelaku dagang. (Kotler & Keller, 2016)	Potongan Harga ( <i>Discount</i> )	Tingkat persepsi atau sikap responden terhadap promosi penjualan berupa potongan harga ( <i>discount</i> ).	Interval
		Tingkat ketertarikan atau motivasi responden terhadap pembelian produk dengan adanya potongan harga ( <i>discount</i> )	
		Tingkat keinginan atau kecenderungan responden untuk membeli produk ketika terdapat penawaran potongan harga.	
	Kupon ( <i>Coupons</i> )	Tingkat kecenderungan atau kebiasaan responden dalam mencari kupon atau voucher sebelum melakukan pembelian.	
		Tingkat ketertarikan responden dalam membeli produk jika terdapat kupon atau voucher.	

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala
	Paket Harga ( <i>Price Pack</i> )	Tingkat persepsi responden mengenai keuntungan dan nilai yang dirasakan dalam membeli produk dengan paket harga dibandingkan dengan harga individu.	
		Tingkat preferensi responden terhadap paket harga yang menawarkan lebih banyak produk dengan harga yang lebih rendah.	
	Hadiah ( <i>Gift</i> )	Tingkat kecenderungan responden untuk membeli produk berdasarkan adanya penawaran hadiah.	
		Tingkat ketertarikan dan preferensi responden dalam membeli produk karena adanya penawaran hadiah.	
<b>Online Costumer Review (X2)</b> : <p><i>Online Costumer Review</i> (OCR) merupakan penilaian yang diberikan oleh konsumen mengenai berbagai aspek sebuah produk, sehingga konsumen dapat menentukan kualitas produk yang mereka cari berdasarkan ulasan dan pengalaman yang dibagikan oleh pembeli sebelumnya dari penjual <i>online</i>. (Mo et al., 2015) dalam (Purwantoro et al., 2023).</p>	Kualitas Argumen ( <i>Argument Quality</i> )	Tingkat kecenderungan responden untuk memilih produk berdasarkan kelengkapan dan keakuratan argumen dan bukti konkret yang disertakan.	Interval
		Tingkat kecenderungan responden untuk mencari dan memperhatikan ulasan yang menyertakan bukti visual, seperti gambar atau video.	
	Jumlah Ulasan ( <i>Volume of Review</i> )	Tingkat kepercayaan responden terhadap hubungan antara jumlah ulasan dan keandalan produk	
		Tingkat dorongan atau minat responden untuk melakukan pembelian berdasarkan adanya banyak ulasan positif.	
Valensi ( <i>Valence</i> )	Tingkat kepercayaan responden terhadap produk berdasarkan ulasan positif.		

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala
		Tingkat kecenderungan responden untuk mencari alternatif produk berdasarkan adanya ulasan negatif.	
	Ketepatan Waktu ( <i>Timeliness</i> )	Tingkat preferensi responden terhadap ulasan terbaru dibandingkan dengan ulasan yang lebih lama.	
		Tingkat penilaian responden terhadap relevansi ulasan terbaru dalam mencerminkan pengalaman pengguna.	
	Kredibilitas Sumber ( <i>Source Credibility</i> )	Tingkat kepercayaan responden terhadap sumber informasi yang digunakan dalam ulasan.	
		Tingkat kecenderungan responden untuk mempertimbangkan pembelian produk berdasarkan ulasan dari konsumen yang telah menggunakan produk.	
<b><i>Purchase Intention (Y) :</i></b>  Tindakan dari konsumen yang ingin membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman, penggunaan, dan preferensinya terhadap produk tersebut.	Minat Transaksional ( <i>Transactional Interest</i> )	Tingkat ketertarikan dan keinginan responden untuk membeli produk.	Interval
		Tingkat perhatian responden terhadap merek atau produk dalam membeli produk.	
	Minat Referensial ( <i>Referential Interest</i> )	Tingkat ketertarikan dan kesediaan responden dalam memberikan rekomendasi produk kepada orang lain.	
		Tingkat kesediaan responden dalam memberikan informasi produk yang direkomendasikan kepada orang lain.	
	Minat Preferensial ( <i>Preferential Interest</i> )	Tingkat kesesuaian produk dengan kebutuhan responden.	
		Tingkat keyakinan responden dalam memilih dan menjadikan produk sebagai pilihan.	

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala
	Minat Eksploratif ( <i>Exploratory Interest</i> )	Tingkat aktivitas kunjungan ke halaman produk atau saluran penjualan lainnya untuk melakukan penelitian atau mencari informasi tentang produk.	
		Tingkat ketertarikan responden dalam mencari informasi mengenai produk melalui pengalaman orang lain.	

### 3.4. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data diperoleh melalui metode kuantitatif. Menurut (Malhotra, 2020), metode merupakan metode penelitian yang berupaya untuk mengukur data dan umumnya menggunakan analisis statistik dalam berbagai bentuknya. Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dengan tujuan khusus untuk menangani masalah penelitian. Sedangkan data sekunder merupakan data yang dikumpulkan untuk tujuan yang berbeda dari masalah yang sedang dihadapi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua:

1. Data primer pada penelitian ini didapatkan secara langsung oleh peneliti dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan kriteria tertentu.
2. Data sekunder pada penelitian ini didapatkan dari berbagai jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, buku, website, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian ini.

**Tabel 3.2**  
**Jenis dan Sumber Data**

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Kenaikan Jumlah Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia	Sekunder	Goodstats.id

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
2.	Data 5 <i>E-commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari – Desember 2023)	Sekunder	Databoks.katadata.co.id
3.	Data Penjualan FMCG <i>E-commerce</i> Tahun 2023	Sekunder	Compas.co.id
4.	Data Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia Tahun 2020 – 2023	Sekunder	TechnoBusiness.id
5.	Data <i>Brand Makeup</i> Lokal Terlaris (April – Juni 2022)	Sekunder	Compas.co.id
6.	Data Gambaran <i>Online Customer Review</i>	Sekunder	Shopee.co.id
7.	Analisis <i>Thematic Map</i> Bibliometrix	Primer	RStudio (Biblioshiny)
8.	Pra- Penelitian Responden Terhadap Produk Luxcrime	Primer	Kuesioner Pra-Penelitian 36 responden
9.	Pra-Penelitian Ketertarikan Responden untuk Membeli Produk Luxcrime	Primer	Kuesioner Pra-Penelitian 36 responden
10.	Pra-Penelitian Faktor Yang Membuat Responden Tertarik dalam Membeli Produk Luxcrime	Primer	Kuesioner Pra-Penelitian 36 responden
11.	Pra-Penelitian Mengenai Penawaran Promosi Luxcrime di Shopee	Primer	Kuesioner Pra-Penelitian 36 responden

### 3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan :

#### 1. Studi Literatur

Studi literatur merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari terlebih dahulu teori yang diperlukan melalui literatur-literatur serta penulisan yang berhubungan dengan masalah yang akan

dibahas. Dengan studi literatur, Penulis dapat mengumpulkan konsep dan teori yang relevan untuk mendukung topik penelitian.

## 2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik terstruktur untuk mengumpulkan data yang terdiri dari sejumlah pertanyaan, baik dalam bentuk tertulis maupun lisan, yang harus dijawab oleh responden. Penelitian ini akan menggunakan kuesioner *online* berupa *Google Form* yang berisikan pertanyaan mengenai pengaruh *Sales Promotion* dan *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention* yang ditujukan kepada responden dengan kriteria yang telah ditentukan.

### 3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 3.5.1. Populasi

Populasi adalah semua individu atau objek yang diperoleh untuk digeneralisasikan. Dengan kata lain populasi adalah sekumpulan objek yang akan diteliti. Menurut (Malhotra, 2020), populasi merupakan kumpulan umum dari obyek atau subyek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan menjadi dasar untuk membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi meliputi pengikut Instagram @Luxcrime\_id yang terhitung sampai dengan tanggal 21 April 2024 pukul 22.00 dengan total jumlah pengikut sebesar 682.617.

#### 3.5.2. Sampel

Menurut (Malhotra, 2020), sampel merupakan unit dasar yang berisi elemen-elemen dari populasi yang akan diambil sebagai sampel. Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan, diperlukan pengukuran yang menghasilkan jumlah  $n$ , dimana teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan menggunakan tingkat kesalahan 5%, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel atau ukuran yang diperlukan

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Tingkat kesalahan (*sampling error*), dalam penelitian ini sebesar 5%

Menggunakan rumus *Slovin*, besaran sampel dari populasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{682.617}{1 + 682.617 \times (0.05)^2}$$

$$n = 399.50 \approx 400$$

Dengan menggunakan rumus tersebut, didapatkan jumlah sampel sekitar 399,50 yang dibulatkan menjadi 400. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dipilih untuk mengambil sampel sebanyak 400 responden.

### 3.5.3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *probability sampling*, di mana teknik tersebut digunakan dengan memberikan kesempatan yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan dari jumlah populasi yang sudah diketahui, yaitu 682.617 pengikut akun Instagram @Luxcrime\_id, terhitung tanggal 21 April 2024 pada pukul 22.00. Maka dari itu, penggunaan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* digunakan peneliti untuk mengambil sampel sesuai dengan jumlah yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu 400 responden.

## 3.6. Uji Instrumen Penelitian

Untuk dapat memastikan bahwa data yang telah dikumpulkan sudah sesuai dengan kebutuhan, diperlukan penggunaan sebuah instrumen yang sesuai. Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan model Rasch (*Rasch Model*) dengan bantuan perangkat lunak Winstep versi 3.73.

### 3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas membantu menilai sejauh mana instrumen benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur, sehingga hasil pengukuran sesuai dengan tujuan yang diinginkan (Sumintono & Widhiarso, 2015). Pengujian validitas



dilakukan dengan menggunakan aplikasi pemodelan Rasch pada aplikasi Winstep, dengan melibatkan 30 responden. Dalam pengujian validitas, terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk menilai validitas item, meliputi :

- Nilai Outfit Mean Square (MNSQ) yang diterima adalah  $0,5 < \text{MNSQ} < 1,5$
- Nilai Outfit Z-Standard (ZSTD) yang diterima adalah  $-2,0 < \text{ZSTD} < +2,0$
- Nilai Point Measure Correlation (Pt Mean Corr) yang diterima adalah  $0,4 < \text{Pt Measure Corr} < 0,85$ .

Berdasarkan kriteria tersebut, jika sebuah item pernyataan memenuhi setidaknya dua dari tiga kriteria yang telah disebutkan, maka item tersebut dianggap valid dan layak digunakan. Berikut adalah hasil uji validitas yang didapatkan :

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Validitas**

Item STATISTICS: MEASURE ORDER													
ENTRY NUMBER	TOTAL SCORE	TOTAL COUNT	MEASURE	MODEL S.E.	INFIT MNSQ	ZSTD	OUTFIT MNSQ	ZSTD	PT-MEASURE CORR.	SURE EXP.	EXACT OBS%	MATCH EXP%	Item
5	115	30	1.37	.28	1.39	1.5	1.49	1.8	.38	.61	51.7	54.4	SP5
25	118	30	1.12	.28	.85	-.5	.81	-.7	.60	.59	55.2	54.7	PI6
4	119	30	1.04	.29	1.39	1.5	1.44	1.6	.40	.59	41.4	54.9	SP4
23	121	30	.88	.29	.79	-.9	.75	-1.0	.64	.58	69.0	54.7	PI4
24	121	30	.88	.29	.94	-.2	.91	-.3	.64	.58	62.1	54.7	PI5
22	122	30	.80	.29	.99	.1	1.09	.4	.50	.57	51.7	54.9	PI3
8	123	30	.71	.29	.81	-.3	.82	-.6	.58	.57	62.1	54.6	SP8
21	124	30	.63	.29	.92	-.2	.85	-.5	.59	.56	65.5	54.9	PI2
20	125	30	.54	.29	.67	-1.5	.62	-1.5	.64	.55	79.3	56.0	PI1
13	129	30	.19	.30	.75	-1.9	.68	-1.1	.65	.53	72.4	57.7	OCR4
1	130	30	.09	.31	1.31	1.2	1.19	.7	.38	.52	44.8	58.4	SP1
18	130	30	.09	.31	1.18	.8	1.18	.7	.43	.52	62.1	58.4	OCR9
6	131	30	.00	.31	1.45	1.7	1.30	1.0	.44	.51	51.7	58.5	SP6
9	131	30	.00	.31	1.28	1.1	1.23	.8	.43	.51	51.7	58.5	SP9
26	131	30	.00	.31	.74	-1.9	.70	-1.0	.59	.51	69.0	58.5	PI7
3	132	30	-.10	.32	1.24	1.0	1.24	.8	.51	.50	48.3	58.5	SP3
27	132	30	-.10	.32	.62	-1.5	.61	-1.3	.61	.50	72.4	58.5	PI8
19	134	30	-.31	.33	.87	-.4	.79	-.5	.59	.48	72.4	60.6	OCR10
14	136	30	-.53	.34	.87	-.4	.79	-.5	.56	.47	75.9	63.3	OCR5
7	137	30	-.65	.35	.58	-1.7	.49	-1.4	.62	.45	75.9	65.9	SP7
2	138	30	-.77	.36	.94	-.1	.83	-.3	.49	.44	72.4	67.4	SP2
11	138	30	-.77	.36	1.31	1.1	1.13	.4	.40	.44	58.6	67.4	OCR2
17	138	30	-.77	.36	.99	.1	.89	-.1	.47	.44	65.5	67.4	OCR8
12	139	30	-.90	.37	1.05	.8	.92	.0	.45	.43	72.4	69.9	OCR3
16	139	30	-.90	.37	1.42	1.4	.99	.1	.46	.43	65.5	69.9	OCR7
15	141	30	-1.19	.40	.91	-.2	.88	-.1	.42	.40	72.4	74.0	OCR6
10	142	30	-1.36	.41	1.27	.9	1.12	.4	.39	.39	72.4	75.8	OCR1
MEAN	130.2	30.0	.00	.32	1.02	.1	.95	-.1			63.5	60.8	
S.D.	7.6	.0	.75	.04	.26	1.0	.25	.9			10.4	6.4	

Sumber : Diolah oleh Peneliti

Berdasarkan data pada Tabel 3.3, dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan atau *item* telah dianalisis. Pada butir soal dengan kode item SP1, SP5, dan OCR1, dalam *Pt Measure Corr* memang tidak memenuhi kriteria yang telah

ditetapkan, dengan nilai masing-masing 0,38 dan 0,39. Namun, ketiga butir soal tersebut tetap dapat digunakan karena masih memenuhi dua kriteria lainnya. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa seluruh *item* memenuhi setidaknya dua dari tiga kriteria validitas yang telah ditetapkan, maka *item* tersebut memenuhi kategori dapat diterima.

Dengan mempertimbangkan bahwa sebagian besar item memenuhi kriteria validitas yang telah ditetapkan, dapat disimpulkan bahwa instrumen secara keseluruhan dianggap valid dan layak digunakan untuk pengukuran *Purchase Intention* dalam penelitian ini.

### 3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengevaluasi seberapa konsisten atau stabil suatu kuesioner dalam mengukur variabel atau konstruk tertentu dari waktu ke waktu. Sebuah kuesioner dianggap reliabel apabila respon seseorang terhadap pernyataan dalam kuesioner tersebut konsisten. Uji reliabilitas dalam analisis Rasch didapatkan dengan mengacu pada tabel *Summary Statistics*, berdasarkan kriteria nilai *Cronbach's Alpha*, *Item Reliability*, dan *Person Reliability*. Kriteria reliabilitas menurut (Sumintono & Widhiarso, 2015), yaitu sebagai berikut :

#### 1. Nilai *Cronbach's Alpha*

Nilai *Cronbach's Alpha* digunakan untuk mengukur interaksi antara responden dan item secara keseluruhan. Adapun kriteria untuk *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.4**  
**Kriteria *Cronbach's Alpha***

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Kategori
>0,5	Buruk
0,5 – 0,6	Jelek
0,6 – 0,7	Cukup
0,7 – 0,8	Bagus
>0,8	Bagus Sekali

Sumber : (Sumintono & Widhiarso, 2015)

#### 2. *Person Reliability* dan *Item Reliability*

Nilai reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi tanggapan responden (*person*) terhadap pernyataan serta kualitas pernyataan

(item). Kriteria untuk *Person Reliability* dan *Item Reliability* adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.5**  
**Kriteria *Person Reliability* dan *Item Reliability***

Nilai <i>Person Reliability</i> dan <i>Item Reliability</i>	Kategori
<0,67	Lemah
0,67 – 0,80	Cukup
0,81 – 0,90	Bagus
0,91 – 0,94	Bagus Sekali
>0,94	Istimewa

Sumber : (Sumintono & Widhiarso, 2015)

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas yang didapatkan :

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

SUMMARY OF 30 MEASURED (EXTREME AND NON-EXTREME) Person										
	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT MNSQ	ZSTD	OUTFIT MNSQ	ZSTD		
MEAN	117.2	27.0	2.31	.40						
S.D.	10.4	.0	1.40	.29						
MAX.	135.0	27.0	6.81	1.83						
MIN.	87.0	27.0	-.54	.29	.37	-3.1	.38	-2.7		
REAL RMSE	.51	TRUE SD	1.30	SEPARATION	2.55		Person RELIABILITY	.87		
MODEL RMSE	.50	TRUE SD	1.31	SEPARATION	2.65		Person RELIABILITY	.87		
S.E. OF Person MEAN = .26										
Person RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = .92										
CRONBACH ALPHA (KR-20) Person RAW SCORE "TEST" RELIABILITY = .91										
SUMMARY OF 27 MEASURED (NON-EXTREME) Item										
	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT MNSQ	ZSTD	OUTFIT MNSQ	ZSTD		
MEAN	130.2	30.0	.00	.32	1.02	.1	.95	-.1		
S.D.	7.6	.0	.75	.04	.26	1.0	.25	.9		
MAX.	142.0	30.0	1.37	.41	1.45	1.7	1.49	1.8		
MIN.	115.0	30.0	-1.36	.28	.58	-1.7	.49	-1.5		
REAL RMSE	.34	TRUE SD	.66	SEPARATION	1.93		Item RELIABILITY	.79		
MODEL RMSE	.32	TRUE SD	.67	SEPARATION	2.08		Item RELIABILITY	.81		
S.E. OF Item MEAN = .15										

Sumber : Dioleh oleh Peneliti

Berdasarkan data pada Tabel 3.6, dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas untuk pengukuran variabel *Purchase Intention* menunjukkan nilai *Person Reliability* sebesar 0,87 yang berada pada kategori bagus dan *Item Reliability* sebesar 0,79 yang berada pada kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa baik konsistensi jawaban dari responden maupun kualitas *item* dalam instrumen pengukuran termasuk dalam kategori yang reliabel. Sementara untuk nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai sebesar 0,91, yang berarti interaksi antara partisipan dan *item* secara keseluruhan berada pada kategori bagus sekali dan hal ini memenuhi kriteria reliabel.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Hal ini menegaskan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan secara konsisten dan akurat untuk mengukur variabel *Purchase Intention*.

### **3.7. Rancangan Analisis Data**

Rancangan analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengolahan data dengan manual

Instrumen penelitian ini diukur menggunakan kuesioner. Kuesioner berbentuk pernyataan dan pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden. Penelitian ini menggunakan skala *Semantic Differential*, yaitu alat pengukuran yang terdiri dari lima kategori respons, dimana responden diminta untuk mengekspresikan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap setiap rangkaian pernyataan yang terkait dengan objek. Skala yang digunakan terdiri atas 5 opsi jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Cukup Setuju (CS) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, Sangat Tidak Setuju diberi skor (1).

2. Pengolahan data dengan computer

Dalam penelitian ini data diolah dan dianalisis dengan menggunakan *software* SmartPLS.

### 3.8. Teknik Analisis Data

#### 3.8.1. Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode analisis data penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang telah terkumpul, tanpa bertujuan untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau melakukan generalisasi. Metode ini juga digunakan untuk menilai kekuatan hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, serta untuk membandingkan rata-rata data dari sampel atau populasi tanpa memerlukan pengujian signifikansi.

Dari hasil kuesioner, data diolah dengan memberikan skor pada setiap jawaban yang diperoleh dari responden. Skor-skor tersebut kemudian dihitung untuk mendapatkan hasil yang komprehensif. Selanjutnya, skor dari setiap item dibandingkan dengan total skor yang diperoleh secara keseluruhan. Proses pengolahan ini bertujuan untuk menentukan skor ideal bagi setiap variabel yang diteliti, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai performa dan karakteristik masing-masing variabel. Berikut rumus yang digunakan untuk menentukan skor ideal :

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

**Tabel 3.7**  
**Perhitungan Analisis Deskriptif**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total	Skor Ideal	Total Skor Per Item	% Skor
		5	4	3	2	1				
	Total Skor									

Pada tabel 3.8, data dikelompokkan dan diolah untuk keperluan analisis deskriptif, yang mencakup penafsiran persentase dari 0% hingga 100%. Tabel ini menunjukkan distribusi data dan memungkinkan untuk melihat seberapa besar bagian dari data yang memenuhi kriteria tertentu. Langkah selanjutnya adalah pembuatan garis kontinum, yang dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

- a. Menentukan nilai tertinggi dan terendah dari kontinum

Nilai kontinum tinggi dihitung menggunakan rumus :

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Nilai kontinum rendah dihitung menggunakan rumus :

$$SK = SR \times JB \times JR$$

Keterangan :

ST= Skor tertinggi

SR= Skor terendah

JB = Jumlah bulir

JR = Jumlah responden

- b. Menghitung selisih skor untuk setiap tingkat, menggunakan rumus :

$$R = \frac{\text{Skor Kontinum Tertinggi} - \text{Skor Kontinum Terendah}}{\text{Jumlah Interval}}$$

- c. Membuat garis kontinum serta menetapkan wilayah letak skor hasil penelitian berada. Menghitung persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) pada garis kontinum (S/Skor Maksimal x 100%)

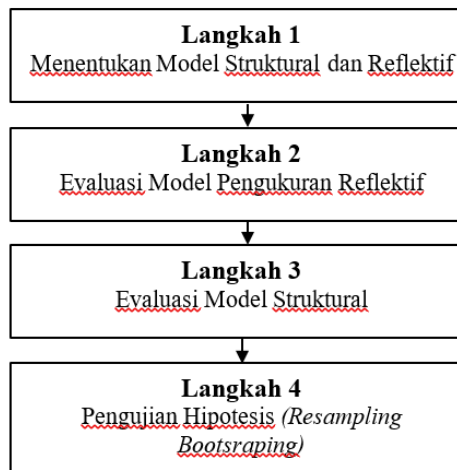
Sangat Rendah	Rendah	Cukup	Tinggi	Sangat Tinggi

- d. Membandingkan skor keseluruhan tiap variabel dengan parameter yang disebutkan di atas untuk memberikan gambaran antar variabel.

### 3.8.2. Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) -PLS

Menurut (Hair et al., 2022), *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan metode analisis data multivariat yang memudahkan analisis hubungan antar konstruk, di mana setiap konstruk diukur dengan satu atau lebih variabel indikator. Keunggulan utama SEM terletak pada kemampuannya untuk mengukur hubungan model yang kompleks sekaligus mempertimbangkan kesalahan pengukuran yang terdapat pada indikator. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dalam menganalisis datanya. PLS merupakan salah satu jenis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berfokus pada pendekatan berbasis varian atau komponen. PLS-SEM, atau *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*, merupakan teknik estimasi berbasis regresi untuk menentukan sifat statistik. Keunggulannya terletak pada kemampuannya untuk menganalisis data yang tidak berdistribusi normal. Analisis data dengan PLS-SEM dilakukan dengan menggunakan *software* SmartPLS versi 3.2.9.

PLS-SEM terdiri dari dua komponen utama, yaitu model pengukuran (outer model) dan *Structural Model (Inner Model)*, yang masing-masing memiliki peran dan fungsi spesifik. Dalam melakukan dan pengujian berbasis PLS, terdapat beberapa langkah-langkah yang perlu dilakukan, di antaranya :



**Gambar 3.1**  
**Tahapan Pengujian PLS-SEM**

Sumber : (Hair et al., 2022)

### 1. Menentukan Model Struktural dan Reflektif

Dalam tahap awal penelitian Structural Equation Modeling (SEM), langkah penting pertama adalah mempersiapkan diagram yang menggambarkan hipotesis penelitian dan menampilkan hubungan variabel yang akan diteliti. Diagram ini sering disebut sebagai model jalur (*path model*). Model jalur (*path model*) adalah diagram yang menghubungkan indikator dan konstruk berdasarkan teori dan logika untuk menampilkan hipotesis yang akan diuji secara visual (Hair et al., 2022).

Model jalur (*path model*) terdiri dari dua komponen utama : (1) model struktural (dikenal sebagai *inner model* pada PLS-SEM), yang menggambarkan hubungan antar variabel laten, dan (2) model pengukuran (dikenal sebagai *outer model* pada PLS-SEM), yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dan ukurannya (yaitu indikatornya).

#### a. Model Struktural (*Inner Model*)

Urutan konstruk dalam model struktural didasarkan pada teori, logika, atau pengalaman praktis yang diamati oleh peneliti. Urutan ini ditampilkan dari kiri ke

kanan, dengan konstruk independen (prediktor) di sebelah kiri dan variabel dependen (hasil) di sebelah kanan. Konstruk yang berperan hanya sebagai variabel independen disebut variabel laten eksogen dan ditempatkan di sisi kiri model struktural. Sementara itu, konstruk yang berperan sebagai variabel dependen, yang memiliki panah menuju mereka dari variabel laten lain, disebut variabel laten endogen dan ditempatkan di sisi kanan model struktural. Konstruk yang berfungsi sebagai variabel independen dan dependen dalam model struktural juga dianggap sebagai endogen dan muncul di tengah diagram.

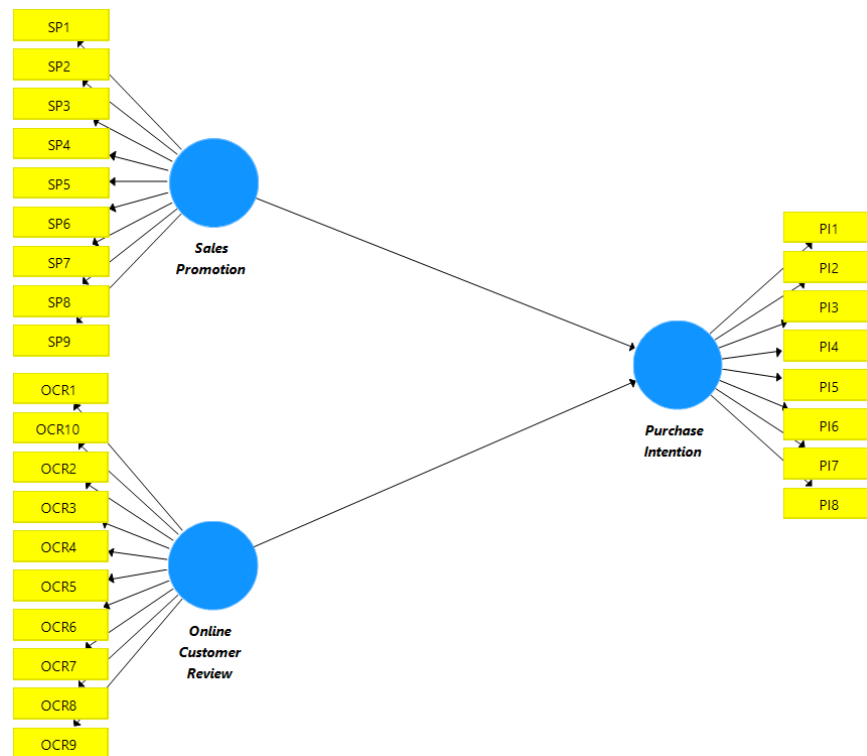
Setelah urutan konstruk ditentukan, hubungan antara mereka harus ditetapkan dengan menggambar panah. Panah ditempatkan dengan ujung mengarah ke kanan untuk menunjukkan bahwa konstruk di sebelah kiri memprediksi konstruk di sebelah kanan. Hubungan prediktif ini dapat dianggap sebagai hubungan kausal jika didukung oleh teori struktural.

b. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*Outer Model*) menggambarkan hubungan antara konstruk dan variabel indikatornya. Penentu hubungan ini didasarkan pada teori pengukuran yang solid, yang menjadi syarat penting dalam mendapatkan hasil PLS-SEM yang baik. Uji hipotesis yang melibatkan hubungan struktural antara konstruk hanya akan reliabel atau valid jika model pengukuran menjelaskan cara mengukur konstruk tersebut. Dengan kata lain, reliabel atau validnya uji hipotesis tersebut bergantung pada seberapa baik model pengukuran menjelaskan metode pengukuran untuk masing-masing konstruk.

Berdasarkan kerangka dan paradigma penelitian, hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :





**Gambar 3.2**  
**Model Penelitian**

## 2. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif (*Outer Model*)

Parameter dalam PLS dapat diestimasi tanpa perlu membuat asumsi tertentu mengenai distribusi, sehingga teknik parametrik untuk mengevaluasi signifikansinya tidak diperlukan. Menurut (Hair et al., 2022), model pengukuran dengan menggunakan indikator reflektif dievaluasi berdasarkan nilai *outer loadings*, *consistency reliability*, *convergent validity* dan *discriminant validity*. Untuk mengevaluasi validitas, reliabilitas, dan prediktabilitas dari setiap indikator variabel laten, akan dinilai melalui :

### a. *Indicator Reliability (Outer Loadings)*

Langkah pertama dalam penilaian model pengukuran reflektif adalah memeriksa *outer loadings* dari indikator-indikator. *Outer loadings* yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator terkait memiliki banyak kesamaan yang ditangkap oleh konstruk. Ukuran *outer loading* ini juga disebut sebagai reliabilitas indikator.

Sebagai aturan umum, *outer loadings* dari semua indikator harus signifikan secara statistik, dengan nilai standar minimal 0,708. Oleh karena itu, *standardized*

*outer loading* suatu indikator, seperti yang ditunjukkan oleh hasil PLS-SEM, harus 0.708 atau lebih tinggi karena angka tersebut dikuadratkan ( $0.708^2$ ) sama dengan 0.50. Dalam banyak kasus, 0.70 dianggap cukup mendekati 0.708 untuk diterima. Sementara itu, indikator dengan *outer loadings* antara 0.40 dan 0.70 harus dipertimbangkan untuk dihapus (Hair et al., 2022).

b. *Internal Consistency Reliability*

Kriteria tradisional untuk mengukur keandalan konsistensi internal adalah *Cronbach's Alpha*, dengan menggunakan rumus berikut :

$$\text{Cronbach's } \alpha = \left( \frac{M}{M-1} \right) \cdot \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^M s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Dalam rumus ini,  $s_i^2$  merupakan varian dari variabel indikator  $i$  dari suatu konstruk tertentu, diukur dengan  $M$  indikator ( $i = 1, \dots, M$ ), dan  $s_t^2$  adalah varian dari jumlah semua  $M$  indikator dari konstruk tersebut. Salah satu kelemahan *Cronbach's Alpha* adalah asumsinya bahwa semua indikator memiliki keandalan yang sama, yaitu semua indikator memiliki beban luar yang sama pada konstruk tersebut. Selain itu, *Cronbach's Alpha* sensitif terhadap jumlah item dalam skala dan umumnya cenderung meremehkan keandalan konsistensi internal.

PLS-SEM mengutamakan indikator berdasarkan reliabilitas individu yang berbeda-beda. Oleh karena keterbatasan *Cronbach's Alpha*, lebih tepat secara teknis untuk menggunakan metode lain dalam mengukur keandalan konsistensi internal, yang dikenal sebagai *Composite Reliability* ( $\rho_c$ ). Metode ini mempertimbangkan beban luar yang berbeda dari variabel indikator dan dihitung menggunakan rumus berikut :

$$\rho_c = \frac{(\sum_{i=1}^M l_i)^2}{(\sum_{i=1}^M l_i)^2 + \sum_{i=1}^M \text{var}(e_i)}$$

Di mana,  $l_i$  melambangkan *standardized outer loading* dari variabel indikator  $i$  dari suatu konstruk tertentu yang diukur dengan  $M$  indikator,  $e_i$  adalah kesalahan pengukuran dari variabel indikator  $i$ , dan  $\text{var}(e_i)$  menunjukkan varians dari kesalahan pengukuran, yang didefinisikan sebagai  $1 - l_i^2$ .

*Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* ( $\rho_c$ ) bervariasi antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat keandalan yang lebih tinggi. Secara khusus, nilai antara 0,60 hingga 0,70 dapat diterima dalam

penelitian eksploratori, sedangkan dalam tahap penelitian yang lebih maju, nilai antara 0,70 dan 0,90 dianggap memuaskan (Hair et al., 2022).

c. *Convergent Validity*

Dalam validitas konvergen (*Convergent Validity*), yang diuji adalah sejauh mana suatu pengukuran berkorelasi positif dengan pengukuran alternatif dari konstruk yang sama (Hair et al., 2022). Dalam menentukan validitas konvergen pada tingkat konstruk, pengukuran yang digunakan adalah *Average Variance Extracted* (AVE), dengan menggunakan rumus:

$$AVE = \left( \frac{\sum_{i=1}^M l_i^2}{M} \right)$$

Di mana,  $l_i$  melambangkan *standardized outer loading* dari variabel indikator  $i$  dari suatu konstruk tertentu yang diukur dengan  $M$  indikator. Nilai AVE sebesar 0,50 atau lebih tinggi menunjukkan bahwa secara rata-rata, konstruk tersebut menjelaskan lebih dari setengah varians indikatornya. Sebaliknya, nilai AVE kurang dari 0,50 menunjukkan bahwa, secara rata-rata, lebih banyak varians yang terdapat pada kesalahan item daripada varians yang dijelaskan oleh konstruk.

d. *Discriminant Validity*

Validitas diskriminan (*Discriminant Validity*) mengacu pada sejauh mana suatu konstruk berbeda dari konstruk lain berdasarkan standar empiris (Hair et al., 2022). Uji ini melibatkan *crossloading* pengukuran dengan konstruk, atau dengan kata lain, mengevaluasi seberapa baik konstruk laten dapat diprediksi oleh blok indikator. Untuk menilai apakah prediksi variabel laten terhadap blok indikatornya baik atau tidak, perlu diperhatikan pada nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE). Prediksi dianggap baik jika nilai akar kuadrat AVE setiap variabel laten melebihi korelasi antar variabel laten.

### 3. **Evaluasi Structural Model (Inner Model)**

Menurut (Hair et al., 2022), model struktural merupakan gambaran desain atau struktur yang menunjukkan hubungan antar desain atau struktur (konstruk). Model struktural, atau *inner model*, dalam *Partial Least Squares* (PLS) bertujuan untuk memastikan bahwa model yang dihasilkan dapat diandalkan dan

merepresentasikan hubungan antar variabel secara akurat. Evaluasi model struktural dilakukan dengan beberapa langkah, yaitu :

a. Analisis Multicollinearity

Analisis Multikolinearitas adalah pengujian untuk menentukan ada tidaknya multikolinearitas dalam model PLS-SEM, yang dapat dilihat dari nilai tolerance atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai tolerance  $< 0,20$  atau nilai VIF  $> 5$ , maka diduga terdapat multikolinearitas. Jika tingkat kolinearitas sangat tinggi, seperti yang ditunjukkan oleh nilai VIF sebesar 5 atau lebih, sebaiknya mempertimbangkan untuk menghapus salah satu indikator terkait (Hair et al., 2022).

b. Analisis Model *Explanatory R-Square* ( $R^2$ )

Ukuran yang paling umum digunakan untuk mengevaluasi *structural model's explanatory power* adalah nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), yang dihitung sebagai kuadrat korelasi antara nilai aktual dan nilai yang diprediksi dari suatu konstruk endogen tertentu. Koefisien ini mewakili efek gabungan dari variabel laten eksogen pada variabel laten endogen (Hair et al., 2022).

Rentang nilai  $R^2$  berkisar dari 0 hingga 1, dimana 0 menandakan tidak adanya hubungan dan 1 menandakan hubungan yang sempurna. Sebagai contoh, jika nilai  $R^2$  adalah 0,75, ini menunjukkan bahwa model tersebut kuat, sedangkan nilai 0,50 menandakan tingkat kekuatan sedang, dan nilai 0,25 menunjukkan kelemahan.

a. Analisis F-Square (*effect size*)

Nilai  $R^2$  juga dapat digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan model struktural melalui  $f^2$  *effect size*. Pedoman untuk menilai  $f^2$  adalah bahwa nilai-nilai 0.02, 0.15, dan 0.35, masing-masing mewakili efek kecil, sedang, dan besar dari variabel laten eksogen tersebut. Nilai ukuran efek kurang dari 0.02 menunjukkan bahwa tidak ada efek yang dapat diukur. Rumus perhitungan  $f^2$  adalah:

$$f^2 = \frac{R_{included}^2 - R_{excluded}^2}{1 - R_{included}^2}$$

Di mana,  $R_{included}^2$  dan  $R_{excluded}^2$  adalah nilai-nilai  $R^2$  dari variabel laten endogen ketika sebuah variabel laten eksogen terpilih disertakan atau tidak disertakan dalam model.

b. Analisis Q-Square *Predictive Relevance* ( $Q^2$ )

Analisis Q-Square *Predictive Relevance* digunakan untuk mengevaluasi kualitas nilai keluaran model dan estimasi parameter. Jika nilai Q-Square lebih besar dari 0, menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance* yang baik. Sebaliknya, jika nilai Q-Square kurang dari 0, menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Statistik  $Q^2$  diperoleh dari PLSpredict yang diukur dengan nilai Q Square Predict ( $Q^2_{predict}$ ), metode ini merupakan pendekatan terbaru yang menggantikan *Stone-Geisser* atau prosedur *blindfolding* (Hair et al., 2022).

c. Analisis *Goodness of Fit* (GoF)

Analisis *Goodness of Fit* (GoF) dalam SEM-PLS dilakukan secara manual karena tidak termasuk dalam output SmartPLS. Kategori nilai GoF adalah 0,1, 0,25, dan 0,38, yang masing-masing dikategorikan sebagai kecil, sedang, dan besar. Rumus yang digunakan untuk menghitung GoF adalah sebagai berikut:

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

### 3.8.3. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Pengujian hipotesis dapat dilakukan melalui hasil *bootstrapping* atau *path coefficients*. Proses ini melibatkan perbandingan antara nilai t hitung dengan t tabel. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka hipotesis diterima (t hitung > t tabel). Selain itu, pengujian hipotesis juga dapat dilihat dari nilai *p-value*. Jika menggunakan asumsi tingkat signifikansi 5%, nilai p harus lebih kecil dari 0,05 (< 0,05) agar dapat menolak hipotesis nol. Sebaliknya, jika nilai p lebih besar dari atau sama dengan 0,05 ( $\geq 0,05$ ), maka hipotesis nol tidak dapat ditolak. (Hair et al., 2022). Berikut adalah rumusan yang diajukan dalam penelitian ini :

a. Hipotesis Pertama

$H_0: \beta = 0$ , artinya *Sales Promotion* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Intention*.

$H_a: \beta > 0$ , artinya *Sales Promotion* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*.

b. Hipotesis Kedua

$H_0: \beta = 0$ , artinya *Online Customer Review* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Intention*.

$H_a: \beta > 0$ , artinya *Online Customer Review* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*.