

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Desain Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan pendekatan kuantitatif, yang dipilih untuk menyajikan data melalui analisis statistik. Metode yang diaplikasikan adalah korelasional, dengan fokus pada hubungan antara variabel *negative eWOM* (X) dan variabel *purchase intention* (Y) pada produk *skincare* MS Glow. Penelitian korelasional sendiri merupakan rancangan studi yang bertujuan memprediksi nilai serta menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel. Sebagaimana dijelaskan oleh Azwar (2017), penelitian korelasional dimaksudkan untuk mengkaji sejauh mana perubahan pada satu variabel berhubungan dengan perubahan pada variabel lainnya, yang diukur melalui koefisien korelasi (Azwar, 2017).

1.2 Populasi dan Sampel

Penelitian ini mempunyai populasi berupa perempuan dan laki-laki usia 15-58 tahun yang memiliki intensi untuk mengaplikasikan produk *skincare* MS Glow.

Teknik sampling yang diterapkan dalam studi ini adalah *accidental sampling*, yakni metode pemilihan sampel berdasarkan pertemuan secara kebetulan dengan individu yang dinilai sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2019). Pengambilan sampel dijalankan dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti, yakni:

1. Pengguna *skincare* rentang usia 15 hingga 58 tahun.

Hal ini didasari pada survei yang dilakukan oleh ZAP Clinic melalui metode online oleh MarkPlus, Inc. di dalam laporan *ZAP Beauty Index*

2024 khusus kepada wanita Indonesia yang menyatakan bahwa pada usia 15 hingga 25 tahun menunjukkan minat tinggi terhadap produk skincare untuk mengatasi masalah kulit, usia 26 hingga 40 tahun yang yakin dalam menggunakan skincare berfokus pada perlindungan sinar UV dan anti-aging, dan usia 41 hingga 56 tahun yang memperhatikan perawatan kulit terkait penuaan dan kesehatan kulit. Sedangkan untuk pria, berdasarkan survei yang dilakukan oleh ZAP Clinic melalui metode online oleh MarkPlus, Inc. di dalam laporan MAN/O/LOGY Index 2024, dinyatakan bahwa pria usia 15 hingga 58 tahun menggunakan produk *skincare*.

Berdasarkan laporan survei tersebut, didapatkan irisan pengguna *skincare* wanita dan pria Indonesia di rentang usia 15 hingga 58 tahun.

2. Pengguna sosial media.
3. Terpapar informasi atau ulasan atau pembicaraan seputar produk Ms Glow.

Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, penentuan jumlah sampel dijalankan dengan merujuk pada tabel penetapan sampel yang dikembangkan oleh Stephen Isaac dan William B. Michael, yang memperhitungkan tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10% (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, peneliti memilih tingkat kesalahan sebesar 5%.

Berdasarkan tabel Isaac dan Michael, apabila jumlah populasi tidak diketahui dan taraf kesalahan yang diaplikasikan adalah 5%, maka jumlah sampel yang diambil adalah minimal sebanyak 349 responden.

1.3 Variabel penelitian dan Definisi operasional

1.3.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini mencakup dua variabel yaitu variabel X dan Y, adapun penjabarannya, yakni:

Variabel independent (X) : *Negative electronic word of mouth*

Variabel dependen (Y) : *Purchase intention*

1.3.2 Definisi Operasional

Adapun pengertian secara operasional masing-masing variabel tertera adalah sebagai berikut:

a. Definisi Operasional *Negative Electronic Word of Mouth*

Negative eWOM adalah komunikasi atau kecenderungan individu untuk mengakses, membaca, menyebarkan, atau menyampaikan informasi negatif terkait suatu produk atau layanan melalui media daring.

b. Definisi Operasional *Purchase Intention*

Purchase intention adalah niat konsumen untuk membeli suatu produk tertentu.

1.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam studi ini, data akan dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form*. Kuesioner dalam studi ini dibagi menjadi tiga bagian utama: bagian pertama memuat *informed consent* dan identitas responden, bagian kedua berisi instrumen yang mengukur *negative eWOM*, dan bagian ketiga mencakup instrumen untuk mengukur *purchase intention*. Setelah seluruh data diperoleh sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, data tersebut akan dianalisis secara menyeluruh dengan mengaplikasikan metode statistik guna menarik kesimpulan akhir.

1.5 Instrumen Penelitian

1.5.1 Instrumen *Negative Electronic Word of Mouth*

1. Dasar Pemilihan Instrumen

Negative eWOM diukur dengan instrumen yang dikembangkan oleh peneliti sebelumnya, Rahdita (2017) berdasarkan teori Zhang (2015) dengan reliabilitas sebesar 0,943. Instrumen terdiri dari tiga dimensi, yaitu *negative electronic word of mouth number*, *negative electronic word of mouth reliability*, dan *negative electronic word of mouth retransmission will*.

2. Sebaran Item

Instrumen *negative eWOM* berjumlah tujuh item yang mewakili dimensi-dimensi *negative eWOM*, yaitu *negative electronic word of mouth number*, *negative electronic word of mouth reliability*, dan *negative electronic word of mouth retransmission will*. Berikut merupakan sebaran item untuk *negative eWOM*.

Tabel 3. 1 Sebaran Item *Negative eWOM*

Dimensi	Item	Jumlah
<i>Negative electronic word of mouth Number</i>	1, 2	2
<i>Negative electronic word of mouth Reliability</i>	3, 4, 5	3
<i>Negative electronic word of mouth Retransmission Will</i>	6, 7	2
Total aitem		7

3. Pengisian Kuesioner

Negative eWOM diukur dengan menggunakan tujuh item yang mengukur. Skala diukur dengan menggunakan skala 1 - 4 dengan menggunakan 4 poin dari 1 hingga 4 (1 = “sangat tidak sesuai”, 4 = “sangat sesuai”).

4. Penyebaran

Pada instrumen *negative eWOM* digunakan skala 1 - 4 dengan menggunakan 4 poin, yaitu:

Tabel 3.2 Penyebaran Alat Ukur *Negative eWOM*

Penyebaran	Skor
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1
Tidak Sesuai (TS)	2
Sesuai (S)	3
Sangat Sesuai (SS)	4

5. Kategorisasi Norma

Skala dalam penelitian ini dikategorikan menjadi dua jenjang. Berikut merupakan rumus kategorisasi norma dalam instrument penelitian menurut Azwar (2012).

Tabel 3.3 Kategorisasi Norma

Rumus	Interpretasi	Kategori
$X \geq \mu$	$X \geq 20,9$	Tinggi
$X < \mu$	$X < 20,9$	Rendah

Keterangan:

X : Jumlah nilai responden pada setiap instrumen

μ : Rata-rata skor total

6. Interpretasi Kategori Skor

Kategorisasi skor *negative eWOM* dalam penelitian ini dikelompokkan dalam dua kategori, yaitu tinggi, dan rendah dengan interpretasi sebagai berikut:

1) Tinggi

Partisipan yang memiliki kategori skor tinggi adalah partisipan sering terpapar dan/atau aktif dalam menyampaikan opini negatif terhadap suatu produk atau layanan melalui media daring.

2) Rendah

Partisipan yang memiliki kategori skor rendah adalah partisipan jarang atau tidak terpapar dan tidak aktif dalam menyampaikan opini negatif terhadap suatu produk atau layanan melalui media daring.

1.5.2 Instrumen *Purchase Intention*

1. Dasar Pemilihan Instrumen

Purchase intention diukur dengan instrumen yang disusun oleh Wu dan Chang (2016) berdasarkan teori Ajzen dan Fishbein (1975), dan diadaptasi oleh peneliti sebelumnya, Pawira (2022) dengan nilai reliabilitas sebesar 0,820. Skala ini terdiri dari dua dimensi, yaitu *attitude toward behavior* dan *subjective norm*.

2. Pengisian Kuesioner

Purchase intention diukur dengan menggunakan lima item yang mengukur. Skala diukur dengan menggunakan skala 1 - 4 dengan menggunakan 4 poin dari 1 hingga 4 (1 = “sangat tidak sesuai”, 4 = “sangat sesuai”). Dari penelitian sebelumnya diketahui *alfa-Cronbach* dari skala ini adalah 0,820.

3. Sebaran Item

Instrumen untuk mengukur purchase intention mencakup lima butir pernyataan yang merepresentasikan dua dimensi utama, yakni *attitude toward behavior* dan *subjective norm*. Adapun distribusi aitemnya ialah sebagai berikut:

Tabel 3.4 Sebaran Item *Purchase Intention*

Dimensi	Item	Jumlah
<i>Attitude toward behavior</i>	1,3,5	3
<i>Subjective norm</i>	2,4	2
Total aitem		5

4. Penyebaran

Pada instrumen *purchase intention* digunakan skala 1 - 4 dengan menggunakan 4 poin, yaitu:

Tabel 3.5 Penyebaran Alat Ukur *Purchase Intention*

Penyebaran	Skor
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1
Tidak Sesuai (TS)	2
Sesuai (S)	3
Sangat Sesuai (SS)	4

5. Kategorisasi Norma

Skala dalam penelitian ini dikategorikan menjadi dua jenjang. Berikut merupakan rumus kategorisasi norma dalam instrument penelitian menurut Azwar (2012):

Tabel 3. 6 Kategorisasi Norma

Rumus	Interpretasi	Kategori
$X \geq \mu$	$X \geq 14,9$	Tinggi
$X < \mu$	$X < 14,9$	Rendah

Keterangan:

X : Jumlah nilai responden pada setiap instrumen

μ : Rata-rata skor total

6. Interpretasi Kategori Skor

Kategorisasi skor *purchase intention* dalam penelitian ini dikelompokkan dalam dua kategori, yaitu tinggi, dan rendah dengan interpretasi sebagai berikut:

1) Tinggi

Skor *purchase intention* yang tinggi berarti responden memiliki kecenderungan untuk membeli produk *skincare* Ms Glow.

2) Rendah

Skor *purchase intention* yang rendah berarti responden kurang memiliki kecenderungan untuk membeli produk *skincare* Ms Glow.

1.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang diaplikasikan dalam studi ini adalah regresi linear sederhana. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi $\alpha=0,05$. Proses analisis / perhitungan dibantu dengan aplikasi SPSS versi 26.

1.7 Prosedur Pelaksanaan Penelitian

Prosedur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- i. Tahap pertama dimulai dengan peneliti merumuskan serta mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan fokus penelitian. Selanjutnya, peneliti mengimplementasikan kajian literatur yang relevan untuk mendukung pemahaman teoritis, mendefinisikan kerangka teori yang menjadi landasan penelitian, dan merumuskan hipotesis berdasarkan temuan-temuan sebelumnya dan kerangka berpikir yang sudah disusun.
- ii. Tahap kedua melibatkan penentuan rancangan studi yang paling sesuai untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang telah disusun. Pada tahap ini, peneliti juga menentukan populasi yang akan dijadikan objek penelitian, menyusun metode yang akan diaplikasikan untuk mengukur setiap variabel yang terlibat, serta merancang rencana sampling yang memuat teknik pengambilan sampel dan kriteria inklusi maupun eksklusi. Sebelum penelitian benar-benar dilaksanakan, peneliti mengimplementasikan peninjauan ulang terhadap keseluruhan rencana penelitian dan merevisi bagian-bagian yang dirasa kurang sesuai.
- iii. Pada tahap ketiga, peneliti menyusun instrumen studi yang akan diaplikasikan untuk mengumpulkan data, dalam hal ini berupa kuesioner yang dirancang sedemikian rupa agar mampu mengukur variabel-variabel yang diteliti secara valid dan reliabel. Penyusunan instrumen juga dijalankan dengan mempertimbangkan kelayakan butir-butir pertanyaan serta proses validasi instrumen sebelum disebarkan kepada responden.

- iv. Selanjutnya, tahap keempat adalah proses pengumpulan data di lapangan yang dijalankan dengan menyebarkan kuesioner secara daring mengaplikasikan media *Google Form*.
- v. Tahap kelima dimulai setelah seluruh data yang dibutuhkan telah terkumpul. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis mengaplikasikan teknik statistik yang sesuai, dalam hal ini adalah analisis regresi linear sederhana.
- vi. Terakhir, pada tahap keenam, peneliti menyusun hasil temuan dan analisis penelitian dalam bentuk laporan yang sistematis dan terstruktur. Kesimpulan yang didapat dari hasil analisis diuraikan secara jelas agar mudah dipahami oleh pembaca.

