

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka, oleh sebab itu metode penelitian kuantitatif dapat diartikan juga sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, serta meneliti pada populasi dan sampel tertentu.¹

Sedangkan pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan lapangan atau yang dikenal (*field research*) merupakan suatu penelitian dimana untuk mengumpulkan data serta informasi penelitian, peneliti akan terjun langsung ke objek penelitian seperti menyebarkan kuesioner kepada responden yang kemudian data tersebut diolah dan dianalisis Kembali.²

¹ Prof Sugiyono, 'Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)', Bandung: Alfabeta, 28.1 (2015), 12.

² Suwartono, *Dasar Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Penerbit Andi: Andi, 2014).

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan selama enam bulan, mencakup tahap pengumpulan data, analisis, hingga penulisan artikel jurnal, dengan fokus pada konsumen di Kota Bengkulu yang pernah membeli produk Somethinc di TikTok Shop.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Bengkulu pada Juli - Desember 2025 karena masyarakatnya dinamis, aktif dalam belanja daring, serta memiliki banyak konsumen muda yang mengikuti tren skincare sehingga relevan dengan fokus penelitian.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi didefinisikan sebagai area generalisasi yang terdiri dari asal-usul subjek atau obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan.³ Dengan demikian berarti populasi adalah keseluruhan sasaran yang seharusnya diteliti, dan pada populasi itulah nanti hasil penelitian diberlakukan.

³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung Alfabeta, 2018).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna TikTok yang berdomisili di Kota Bengkulu, yang pernah melakukan pembelian produk Somethinc Official Skincare melalui TikTok Shop. Alasan pemilihan Lokasi penelitian adalah karena Kota Bengkulu terbagi menjadi 9 Kecamatan dan 67 Kelurahan. Menurut data BPS Kota Bengkulu Penduduk Kota Bengkulu di tahun 2024 mencapai 397.321 jiwa.⁴ Sehingga banyak melakukan aktivitas belanja baik secara konvensional maupun online.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel tersebut sebagai perwakilan, harus mempunyai sifat-sifat atau ciri-ciri yang terdapat pada populasi.⁵ Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Teknik Probability Sampling yaitu *Proportionate Stratified Random Sampling*. Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

⁴ BPS Kota Bengkulu, *Kota Bengkulu Dalam Angka Bengkulu Municipality in Figures* (©BPS Kota Bengkulu/BPS-Statistics of Bengkulu Municipality, 2025).

⁵ P Dr Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd', *ALFABETA*, Cv, 2019.

Teknik ini dipilih karena populasi penelitian tersebar di beberapa kecamatan dengan jumlah penduduk yang berbeda sehingga membentuk strata berdasarkan wilayah administrasi. Menurut Sugiyono (2019), *stratified random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan ketika populasi memiliki karakteristik yang heterogen, tetapi di dalam tiap strata bersifat homogen. Dengan demikian, teknik ini memungkinkan setiap kelompok dalam populasi memperoleh peluang yang proporsional untuk terlibat sebagai sampel penelitian.⁶

Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah anggota sampel

N = Jumlah anggota populasi

e = *Error Level* (Tingkat kesalahan) sebesar 10 % atau 0.1

Total jumlah penduduk di Kota Bengkulu pada tahun 2024 sebanyak 397.321 jiwa.

$$n = \frac{397.321}{1 + (397.321 \times 0.1^2)}$$

⁶ P Dr Sugiyono.

$$1 + (397.321 \times (0,1)^2)$$

$$n = \frac{397.321}{3.973,22}$$

$$n = 99,99$$

Dalam penelitian ini, diperoleh sampel penelitian sebanyak 99,99 sampel dengan pembulatan ke atas sebesar 100 yang diperoleh melalui perhitungan sampel menurut Solvin yang didasarkan pada metode *random sampling*.

Penentuan jumlah sampel dari setiap strata dilakukan secara proporsional menggunakan rumus:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan :

n_i : Jumlah strata

n : Jumlah sampel (100 Responden)

N_i : Jumlah anggota strata

N : Jumlah anggota populasi seluruhnya penduduk Kota Bengkulu Tahun 2024 (397.321) jiwa

Hasil perhitungan proporsional awal menghasilkan angka dalam bentuk desimal yang disebut dengan alokasi desimal, yaitu jumlah sampel ideal berdasarkan proporsi populasi pada masing-masing strata sebelum dilakukan

pembulatan. Karena jumlah sampel harus berbentuk bilangan bulat, proses pembulatan tidak dilakukan secara sembarangan agar tidak mengurangi atau menambah total sampel. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode Largest Remainder Method atau Metode Sisa Terbesar (Hamilton), yaitu pembulatan dengan memberikan tambahan satu sampel kepada strata yang memiliki sisa desimal terbesar setelah nilai bilangan bulatnya diambil. Metode ini digunakan untuk mempertahankan proporsionalitas pembagian sampel dan menjaga validitas statistik.

Berdasarkan perhitungan proporsional dan metode pembulatan tersebut, diperoleh pembagian sampel sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Sampel Penelitian

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk (Ribu) (Ni)	Jumlah Sampel (ni)
1	Selebar	94.911	$n_1 = \frac{94.911 \times 100}{397.321} = 23$
2	Kampung Melayu	50.442	$n_2 = \frac{50.442 \times 100}{397.321} = 12$
3	Gading Cempaka	37.595	$n_3 = \frac{37.595 \times 100}{397.321} = 10$
4	Ratu Agung	49.552	$n_4 = \frac{49.552 \times 100}{397.321} = 13$
5	Ratu Samban	20.656	$n_5 = \frac{20.656 \times 100}{397.321} = 5$

			397.321
6	Singaran Pati	40.678	$n_6 = \frac{40.678 \times 100}{397.321} = 10$
7	Teluk Segara	21.330	$n_7 = \frac{21.330 \times 100}{397.321} = 6$
8	Sungai Serut	25.790	$n_8 = \frac{25.790 \times 100}{397.321} = 7$
9	Muara Bangkahulu	56.367	$n_9 = \frac{56.367 \times 100}{397.321} = 14$
	Kota Bengkulu	397.321	100

Sumber : BPS Kota Bengkulu (2025)

Total sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang pernah membeli atau memakai produk Skincare Somethinc di Kota Bengkulu. Pembagian sampel ini dilakukan secara proporsional agar setiap kecamatan terwakili sesuai dengan jumlah penduduknya. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat mencerminkan kondisi populasi secara lebih akurat dan representatif di seluruh wilayah Kota Bengkulu.

D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner/angket kepada konsumen yang berdomisili di Kota Bengkulu dan pernah melakukan

pembelian di toko *Somethinc Official Skincare* melalui TikTok Shop. Kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi terkait variabel-variabel penelitian secara terukur sehingga dapat dianalisis secara kuantitatif.

b. Data Sekunder

Diperoleh dari berbagai sumber pustaka yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian terdahulu, artikel, serta data yang tersedia dari pihak lain terkait dengan topik penelitian. Data sekunder ini berfungsi untuk memperkuat landasan teori, mendukung analisis, serta membandingkan temuan penelitian dengan hasil studi sebelumnya.

2. Teknik Pengumpulan Data

Langkah pertama dalam penelitian ini adalah pengumpulan data. Data primer dan sekunder digunakan untuk memecahkan masalah dan menguji hipotesis. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan cara berikut:

a. Angket/Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dan dikirim kepada responden untuk diisi. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada

peneliti atau petugas.⁷ Dengan kata lain, kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden dan meminta jawaban yang ditulis juga. Dalam penelitian ini, kuesioner adalah alat utama untuk menghimpun data primer.

Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, di mana pernyataan disertai pilihan jawaban dengan skala Likert, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang paling sesuai dengan pendapatnya. Skor yang digunakan adalah:

Tabel 3. 2 Skala Penilaian

No	Kode	Pernyataan	Skor/Bobot
1	SS	Sangat setuju	5
2	S	Setuju	4
3	KS	Kurang Setuju	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2023)

b. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara membaca, menelaah, dan mengumpulkan informasi dari buku,

⁷ Metode Sugiyono, 'Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', Bandung: Alfabeta, 2008.

jurnal ilmiah, laporan penelitian terdahulu, artikel, serta dokumen resmi yang relevan dengan topik penelitian. Tujuannya adalah untuk memperkuat landasan teori, mengidentifikasi kesenjangan penelitian, dan membandingkan temuan penelitian dengan studi sebelumnya.

E. Variabel dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diperiksa dan dipahami untuk mendapatkan informasi dan membuat kesimpulan.⁸ Dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel independen atau yang biasa disebut dengan variabel bebas yaitu variabel yang menjadi sebab atau yang mempengaruhi variabel terikat.⁹ 1 variabel dependen biasanya disebut dengan variabel terikat, yakni variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi.¹⁰ Dan 1 variabel mediasi (Z) Sedangkan, definisi operasional adalah bagian yang menjelaskan sebuah konsep atau variabel sehingga dapat diukur melalui dimensi (indikator). Dimensi (indikator) dapat berupa perilaku, aspek, atau sifat/karakteristik.¹¹ Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

⁸ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011).

⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*.

¹⁰ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*.

¹¹ Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011, 2011).

Tabel 3. 3 Variabel dan Indikator Penelitian Identifikasi variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator Variabel	Sumber	Skala Ukur
1.	Label Halal (X ₁)	Label halal merupakan jaminan dari lembaga berwenang, seperti LPPOM MUI, yang menyatakan bahwa suatu produk telah memenuhi standar kehalalan sesuai syariat Islam. Pencantuman label halal bertujuan memberikan rasa aman dan kenyamanan bagi konsumen dalam menggunakan produk.	1. Gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi gambar dan tulisan 4. Menempel pada kemasan	Peraturan Pemerintah nomor 69 tahun 1999	1-5

2.	Harga (X ₂)	Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian Harga Dengan Kemampuan 3. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk 4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	Kotler dan Amstrong	1-5
3.	Viralitas Produk (Z)	Menurut Seth Godin, produk atau layanan yang secara alami menyebar melalui rekomendasi dan diskusi orang-orang yang menggunakannya, disebut sebagai produk viral. Menurut Turban, produk viral adalah produk atau layanan yang cepat menjadi populer di kalangan masyarakat, terutama melalui interaksi pengguna dan berbagai saluran	1. Pengetahuan Produk 2. Penjelasan Produk 3. Membicarakan Produk 4. Dukungan Influencer 5. Kesesuaian dengan Tren	Venna Melinda Mulyaputri dan Sanaji	1-5

		media.			
4.	Kepercayaan Konsumen (Y)	Kepercayaan konsumen adalah keyakinan konsumen bahwa individu tertentu memiliki integritas, dapat dipercaya, dan orang yang dipercayai akan memenuhi semua kewajiban dalam melakukan transaksi sebagaimana yang diharapkan.	1. Keandalan 2. Kejujuran 3. Kepedulian 4. Kredibilitas	Maharani (2010)	1-5

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis SEM dengan PLS sebagai metode alternatif dalam analisis SEM. Kelebihan dari metode ini adalah data yang digunakan tidak perlu memiliki distribusi normal multivariat. Alasan penggunaan SEM-PLS adalah karena variabel yang digunakan merupakan variabel laten.

Menurut Armin Monecke & Friedrich Leisch mengatakan SEM dengan PLS terdiri dari tiga komponen, yaitu.¹²

¹² Armin Monecke & Friedrich Leisch, 'SemPLS: Structural Equation Modeling Using Partial Least Squares', *Journal of Statistical Software*, 48.3 (2012), 2–31 <<http://www.jstatsoft.org/>>.

1. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Teknik analisis jalur digunakan ketika kita yakin bahwa kita menghadapi masalah yang berkaitan dengan hubungan sebab-akibat. Analisis jalur Adalah pengembangan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur Adalah penggunaan analisis regresi untuk memperkirakan hubungan kausalitas antara variabel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan teori.¹³

2. *Partial Least Square (PLS)*

Penelitian ini menggunakan analisis partial (partial least square/PLS) untuk menguji tujuh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Setiap hipotesis akan dianalisis menggunakan software SmartPLS untuk menguji hubungan antar variabel.

Menurut Purwohandoko terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan dalam analisis PLS, yaitu: 1). Menyusun model struktural (inner model), 2). Menyusun model pengukuran (outer model), 3). Mengkonstruksi diagram jalur. 4). Konversi diagram jalur ke sistem persamaan, 5). Estimasi koefisien jalur loading dan weight, 6) Evaluasi goodness of fit, 7). Pengujian hipotesis (resampling bootstrapping).¹⁴

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

¹⁴ Purwohandoko Purwohandoko, 'Pengaruh Tangible Resource Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan

3. Analisis Efek Mediasi (*Mediation Effects*)

Analisis efek mediasi memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh langsung Label Halal terhadap Kepercayaan Konsumen ; Harga terhadap Kepercayaan Konsumen ; Viralitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen; Label Halal terhadap Viralitas Produk; dan Harga terhadap Viralitas Produk serta pengaruh tidak langsung Label Halal terhadap Kepercayaan Konsumen yang dimediasi Viralitas Produk dan pengaruh tidak langsung Harga terhadap Kepercayaan Konsumen yang dimediasi Viralitas Produk. Analisis efek mediasi ini menggunakan tahap analisis sebagai berikut: 1). Analisis model pengukuran/measurement model analysis (outer model), dan 2). Analisis model struktural/structural model analysis (inner model).

1) Analisis Model pengukuran/Measurement Model Analysis (Outer Models)

Analisis model pengukuran/measurement model analysis (outer model) menggunakan 2 pengujian, antara lain: a). Validitas dan reliabilitas konstruk (construct reliability and validity), b). Validitas diskriminan (discriminant validity).

a. Construct Reliability and Validity

Validitas dan reliabilitas konstruk adalah pengujian untuk mengukur kehandalan suatu konstruk. Kehandalan skor konstruk harus tinggi. Kriteria composite reliability adalah > 0.7 .¹⁵

b. Discriminant Validity

Discriminant validity dari model pengukuran dengan indikator refleksi dapat dilihat dari nilai cross loading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi antara pengukuran konstruk lebih tinggi daripada konstruk lainnya, maka hal ini menunjukkan bahwa konstruk laten memiliki pengukuran yang lebih baik dibandingkan dengan pengukuran pada konstruk lainnya.¹⁶

2) Analisis Model Struktural/Structural Model Analysis (Inner Models)

Analisis model struktural menggunakan 3 pengujian, antara lain:

a. R-square,

R-Square adalah metrik yang mengukur sejauh mana variasi nilai variabel yang

¹⁵ Joseph F. Hair and others, 'When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM', *European Business Review*, 31.1 (2019), 2–24 <<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>>.

¹⁶ Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014).

dipengaruhi (endogen) dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (eksogen). Metrik ini berguna dalam memprediksi kualitas model, apakah baik atau buruk.¹⁷

Terdapat kriteria untuk R-Square, yaitu: (1) Jika nilai R^2 (adjusted) = 0.75, maka model tersebut dianggap substansial (kuat), (2) Jika nilai R^2 (adjusted) = 0.50, maka model tersebut dianggap moderate (sedang), (3) Jika nilai R^2 (adjusted) = 0.25, maka model tersebut dianggap lemah (buruk).

b. F-Square;

Menurut Joseph F. Hair, berikut adalah kriteria F-Square: (1) Jika nilai F^2 = 0.02, maka efek dari variabel eksogen terhadap endogen dianggap kecil. (2) Jika nilai F^2 = 0.15, maka efek dari variabel eksogen terhadap endogen dianggap sedang/moderat. (3) Jika nilai F^2 = 0.35, maka efek dari variabel eksogen terhadap endogen dianggap besar.¹⁸

¹⁷ Hair and others.

¹⁸ Hair and others.

c. Mediation effects

a) Direct effects

Menurut Joseph F. Hair, tujuan analisis direct effect bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh langsung dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen.¹⁹

b) Indirect effects

Menurut Joseph F. Hair, tujuan indirect effect berguna untuk menguji hipotesis tentang pengaruh tidak langsung dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen melalui variabel intervening (variabel mediator).²⁰

d. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan tahapan analisis data yang sangat vital karena berperan dalam memberikan jawaban terhadap rumusan masalah penelitian, serta membuktikan kebenaran hipotesis penelitian.

a) Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Pengujian pengaruh langsung bertujuan untuk menguji hipotesis pengaruh X1 (Label Halal), pengaruh X2 (Harga), dan X3

¹⁹ Hair and others.

²⁰ Hair and others.

(Viralitas Produk) terhadap Y (Kepercayaan Konsumen).

b) Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Pengujian pengaruh tidak langsung bertujuan untuk mengidentifikasi hipotesis yang berpengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.

