BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2023), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme serta diterapkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian, sedangkan analisis data dilakukan secara kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, mengukur tingkat kekuatan pengaruh yang terjadi, serta menjelaskan hubungan yang terbentuk di antara variabel-variabel yang diteliti.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2023), penelitian asosiatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih, termasuk mengidentifikasi peran, pengaruh, serta hubungan kausal antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel merupakan komponen yang sangat penting dalam penelitian kuantiatif karena berkaitan langsung dengan subjek penelitian yang menjadi sumber data. Penetapan populasi dan sampel dilakukan untuk memperoleh data dari

responden yang memiliki karakteristik sesuai dengan objek penelitian, sehingga hasil penelitian mampu menjawab rumusan masalah secara objektif dan ilmiah.

3.2.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2023), populasi adalah keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan objek penelitian, sehingga hasilnya dapat digunakan sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan. Populasi pada penelitian ini mencakup seluruh konsumen yang pernah membeli dan menggunakan *skincare* Wardah melalui *e-commerce.*

3.2.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2023), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel digunakan apabila peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi sehingga penelitian dilakukan terhadap sebagian anggota populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan *skincare* Wardah melalui *e-commerce* Shopee, Tokopedia, Blibli, Lazada dan Bukalapak. serta bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2023), *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu:

1) Pria/ Wanita,
2) Konsumen yang pernah membeli dan menggunakan *skincare* Wardah melalui *e-commerce* serta bersedia mengisi kuesioner penelitian,

Penentuan Jumlah sampel dalam penelitian ini Menggunakan teori Hair. Menurut (Hair Jr., 2021) penentuan ukuran sampel pada penelitian kuantitaif yang menggunakan teknik analisis multivariat dapat mengacu pada jumlah indikator yang terdapat dalam instrument penelitian. Hair mengemukakan bahwa jumlah sampel yang ideal berkisar antara 5 hingga 10 kali jumlah indikator yang digunakan. Rumus penentuan sampel menurut Hair sebagai berikut:

$$n = \textit{jumlah indikator} \times \textit{5 sampai 10}$$

Indikator Penelitian ini terdiri dari X1 sebanyak 8 indikator, X2 sebanyak 6 Indikator, Y sebanyak 8 indikator sehingga total indikator dalam penelitian ini sebesar 22 indikator, dengan demikian, jumlah sampel minimum dihitung sebagai berikut:

$$n = 22 \times 10 = 220 \textit{ responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 230 responden.

Penentuan jumlah sampel mengacu pada pedoman Hair karena penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menguji hubungan antarvariabel menggunakan instrument kuesioner. sehingga diperlukan jumlah responden yang memadai agar hasil data yang valid dan realibel.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan aspek yang diamati dalam suatu penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan guna menjawab rumusan masalah dan mencapai

tujuan penelitian, permasalahan penelitian. Menurut (Sugiyono, 2023), variabel penelitian adalah suatu atribut, karakteritrik atau nilai yang dimiliki oleh individu, objek, maupun aktivitas yang menunjukkan variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti sebagai dasar dalam menarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel *Independen* (X)

Variabel independen atau Variabel Bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk merupakan variabel independen yang mengacu pada kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsi dan memberikan manfaat sesuai dengan harapan konsumen.

b. Citra Merek (X2.

Citra merek merupakan variabel independen yang megacu pada persepsi dan asosiasi yang dimiliki konsumen terhadap suatu merek.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau Variabel Terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi konsekuensi karena adanya variabel independen. dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). yaitu keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk *skincare* Wardah melalui *e-commerce* setelah mempertimbangkan berbagai faktor, di antaranya kualitas produk dan citra merek.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Melalui variabel tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian secara statistik, sehingga diperoleh kesimpulan yang objektif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk *skincare* melalui *e-commerce.*

3.4 Definisi Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel adalah penjabaran dari setiap variabel penelitian kedalam bentuk yang dapat diukur melalui indikator-indikator tertentu. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk mempermudah proses pengumpulan dan pengolahan data, sehingga informasi yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan penelitian (Sugiyono, 2023)

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen, yaitu kualitas produk (X1) dan citra merek (X2), serta variabel dependen, yaitu keputusan pembelian (Y). Pengukuran setiap variabel dilakukan menggunakan skala Likert dengan jenis data berskala interval. Skala tersebut terdiri atas lima alternatif jawaban yang digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner, yaitu:

1) Sangat Tidak Setuju (STS)
2) Tidak Setuju (TS)
3) Netral (N)
4) Setuju (S)
5) Sangat Setuju (SS)

Menurut (Sugiyono, 2023) skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individua tau kelompok terhadap suatu

fenomena sosial. Melalui skala ini, setiap jawaban responden diberi nilai tertentu sehingga dapat dikonversi menjadi data kuantitaif yang memudahkan proses pengolahan dan analisis statistic dalam penelitian.

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel III. 1
Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator		Skala	Item	Pernyataan Kuesioner
Kualitas Produk (Sumaryanto E. W., 2022) (Aprilia, 2021)	Fungsi Produk	Manfaat Produk	Kinerja (Performance)	Interval	1	Produk Skincare Wardah membantu memenuhi kebutuhan kulit saya. Produk Skincare Wardah memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan kulit saya
		Karakteristik Produk	Reabilitas (Reability)	Interval	2	Produk Skincare Wardah memiliki ciri khas yang mudah dikenali. Produk Skincare Wardah memiliki tekstur dan formula yang nyaman digunakan.
		Kesesuaian Produk	Konfirmasi (Conformance)	Interval	3	Produk Skincare Wardah sesuai dengan ekspektasi saya sebagai pengguna. Produk Skincare Wardah yang saya beli di e-commerce sesuai dengan deskripsi produk.
	Fitur Produk	Bentuk Produk	Daya Tahan (Durability)	Interval	4	Bentuk Produk Skincare Wardah praktis untuk dibawa bepergian. Bentuk kemasan Produk skincare Wardah terlihat Menarik
		Desain Produk	Estetika (Esthetics)	Interval	5	Desain kemasan Produk Skincare Wardah terlihat menarik. . Tampilan Produk Skincare Wardah terlihat modern dan kekinian.
		Ukuran Produk		Interval	6	. Produk Skincare Wardah menyediakan ukuran produk yang sesuai kebutuhan saya. . Produk Skincare Wardah tersedia dalam berbagai ukuran kemasan
	Kehandalan	Daya Tahan (Durability)		Interval	7	. Produk skincare Wardah dapat digunakan dalam

						jangka waktu yang cukup lama. . Kualitas Produk Skincare Wardah tetap terjaga selama masa penggunaan
		Standar Kualitas		Interval	8	. Saya percaya kualitas Produk Skincare Wardah terjamin. . Produk Skincare Wardah memiliki kualitas yang konsisten pada setiap pembelian
Citra Merek (Alfia Nur Utami, 2025)	Persepsi	Pengalaman Sebelumnya		Interval	1	Saya merasa nyaman menggunakan Produk Skincare Wardah berdasarkan pengalaman sebelumnya. Pengalaman saya menggunakan Produk Skincare Wardah membuat saya tertarik membeli kembali.
		Motif Pembelian		Interval	2	Saya tertarik membeli Produk Skincare Wardah karena citra mereknya yang baik Saya tertarik membeli Produk Skincare Wardah karena citra mereknya yang positif.
	Kognisi	Kepercayaan Merek		Interval	3	Saya merasa aman menggunakan Produk Skincare Wardah. Saya yakin Produk Skincae Wardah memilki kualitas produk yang baik.
		Pengetahuan Produk		Interval	4	Saya mengetahui informasi Produk Skincare Wardah melalui e-commerce atau media sosial. Saya memahami manfaat Produk Skincare Wardah sebelum melakukan pembelian.
	Sikap	Produk diterima		Interval	5	Produk Skincare Wardah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya. . Saya merasa puas menggunakan Produk Skincare Wardah.
		Melakukan Pembelian Kembali		Interval	6	. Saya akan tetap memilih Produk Skincare Wardah dibanding merek skincare lain. . Saya berniat membeli kembali Produk Skincare Wardah melalui e-commerce.

Keputusan Pembelian (Billy Surya Hanjaya, 2023) (Aprilia, 2021)	Pengenalan Masalah	Kebutuhan Konsumen		Interval	1	Saya membeli Produk Skincare Wardah karena kebutuhan perawatan kulit. Saya merasa membutuhkan Produk Skincare Wardah untuk merawat kulit saya.
		Daya Tarik		Interval	2	Saya tertarik membeli Skincare Wardah karena tampilannya menarik. Produk Skincare Wardah memiliki daya tarik dibanding merek lain.
		Keinginan Membeli		Interval	3	Saya memiliki keinginan untuk membeli Produk Skincare Wardah melalui e-commerce. Saya tertarik mencoba Produk Skincare Wardah yang dijual secara online.
	Pencarian Informasi	Pengaruh Komersial		Interval	4	Promo di e-commerce memengaruhi saya membeli Produk Skincare Wardah. Iklan Produk Skincare Wardah di media sosial membuat saya tertarik membeli.
		Mengenal Produk		Interval	5	Saya mencari informasi Produk Skincare Wardah sebelum membeli. . Saya membaca deskripsi dan ulasan Produk Skincare Wardah di e-commerce.
		Rekomendasi		Interval	6	. Saya membeli Produk Skincare Wardah karena rekomendasi orang lain. . Ulasan positif dari pengguna lain mengenai Produk Sincare Wardah memengaruhi keputusan saya dalam melakukan pembelian.
	Keputusan Pembelian	Pemilihan Produk		Interval	7	. Saya memutuskan membeli Produk Skincare Wardah melalui e-commerce. . Saya memilih Produk Skincare Wardah karena sesuai dengan kebutuhan saya.
		Kesesuaian Keinginan		Interval	8	. Produk Skincare Wardah yang saya beli sesuai dengan keinginan saya. . Wardah memenuhi harapan saya sebagai Produk skincare Wardah.

Sumber: Peneliti, 2026

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Berdasarkan tabel definisi operasional variabel, setiap variabel dijabarkan ke dalam beberapa indikator yang menjadi dasar penyusunan instrument penelitian. Dengan demikian, variabel penelitian dapat diukur dan dianalisis secara empiris sehingga menghasilkan temuan yang objektif dan sistematis.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah serangkaian prosedur yang diterapkan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan guna mendukung pencapaian tujuan penelitian. Menurut (Sugiyono, 2023) pengumpulan data menjadi tahapan penting karena menentukan kualitas data yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian kuantitatif proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis agar menghasilkan data yang valid untuk dianalisis.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas:

3.5.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2023) Penggunaan kuesioner dinilai efektif untuk mengumpulkan data dari responden dalam jumlah yang relatif banyak dan tersebar di berbagai wilayah. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk memperoleh data mengenai pengaruh kualitas produk dan citra merek, Terhadap keputusan pembelian produk *skincare* melalui *e-commerce.*

3.5.2 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data sekunder yang dilakukan melalui penelusuran dan pengkajian berbagai sumber ilmiah yang berkaitan dengan penelitian. Referensi yang digunakan meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel, prosiding, serta hasil penelitian terdahulu yang membahas kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian, dan *e-commerce*. Informasi yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut dimanfaatkan sebagai dasar penyusunan landasan teori, pengembangan kerangka pemikiran, serta pendukung dalam menganalisis dan membahas hasil penelitian agar sesuai dengan konsep dan temuan ilmiah yang relevan.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian serta memperoleh data yang diperlukan dalam proses penelitian. dapat diperoleh secara sistematis (Sugiyono, 2023) Dalam penelitian kuantitaif, penggunaan instrument yang tepat sangat penting karena berpengaruh Terhadap kualitas data serta ketepatan hasil analisis penelitian.

Adapun penilaian yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel III. 2
Instrumen penelitian

No.	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Manfaat Produk						
1.	Produk Skincare Wardah membantu memenuhi kebutuhan kulit saya					
2.	Produk Skincare Wardah memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan kulit saya					
Karakteristik Produk						
3	Produk Skincare Wardah memiliki ciri khas yang mudah dikenali.					

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

No.	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
4.	Produk Skincare Wardah memiliki tekstur dan formula yang nyaman digunakan.					
Kesesuaian Produk						
5.	Produk Skincare Wardah sesuai dengan ekspektasi saya sebagai pengguna.					
6.	Produk Skincare Wardah yang saya beli di e-commerce sesuai dengan deskripsi produk.					
Bentuk Produk						
7.	Bentuk Produk Skincare Wardah praktis untuk dibawa bepergian					
8.	Bentuk kemasan Produk skincare Wardah terlihat Menarik					
Desain Produk						
9	Desain kemasan Produk Skincare Wardah terlihat menarik					
10.	Tampilan Produk Skincare Wardah terlihat modern dan kekinian.					
Ukuran Produk						
11.	Produk Skincare Wardah menyediakan ukuran produk yang sesuai kebutuhan saya.					
12.	Produk Skincare Wardah tersedia dalam berbagai ukuran kemasan					
Daya Tahan						
13.	Produk skincare Wardah dapat digunakan dalam jangka waktu yang cukup lama					
14.	Kualitas Produk Skincare Wardah tetap terjaga selama masa penggunaan					
Standar Kualitas						
15.	Saya percaya kualitas Produk Skincare Wardah terjamin.					
16.	Produk Skincare Wardah memiliki kualitas yang konsisten pada setiap pembelian					
Pengalaman sebelumnya						
17.	Saya merasa nyaman menggunakan Produk Skincare Wardah berdasarkan pengalaman sebelumnya.					
18.	Pengalaman saya menggunakan Produk Skincare Wardah membuat saya tertarik membeli kembali.					
Motif Pembelian						

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

No.	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
19.	Saya tertarik membeli Produk Skincare Wardah karena citra mereknya yang baik					
20.	Saya tertarik membeli Produk Skincare Wardah karena citra mereknya yang positif.					
Kepercayaan Merek						
21.	Saya merasa aman menggunakan Produk Skincare Wardah.					
22.	Saya yakin Produk Skincae Wardah memilki kualitas produk yang baik					
Pengetahuan Produk						
23.	Saya mengetahui informasi Produk Skincare Wardah melalui e-commerce atau media sosial.					
24.	Saya memahami manfaat Produk Skincare Wardah sebelum melakukan pembelian.					
Produk Diterima						
25.	Produk Skincare Wardah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
26.	Saya merasa puas menggunakan Produk Skincare Wardah.					
Melakukan Pembelian Kembali						
27.	Saya akan tetap memilih Produk Skincare Wardah dibanding merek skincare lain.					
28.	Saya berniat membeli kembali Produk Skincare Wardah melalui e-commerce.					
Kebutuhan Konsumen						
29.	Saya membeli Produk Skincare Wardah karena kebutuhan perawatan kulit.					
30.	Saya merasa membutuhkan Produk Skincare Wardah untuk merawat kulit saya.					
Daya Tarik						
31.	Saya tertarik membeli Skincare Wardah karena tampilannya menarik.					
32.	Produk Skincare Wardah memiliki daya tarik dibanding merek lain.					
Keinginan Membeli						
33.	Saya memiliki keinginan untuk membeli Produk Skincare Wardah melalui e-commerce.					
34.	Saya tertarik mencoba Produk Skincare Wardah yang dijual secara online.					
Pengaruh Komersial						

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

No.	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
35.	Promo di e-commerce memengaruhi saya membeli Produk Skincare Wardah.					
36.	Iklan Produk Skincare Wardah di media sosial membuat saya tertarik membeli.					
Mengenal Produk						
37.	Saya mencari informasi Produk Skincare Wardah sebelum membeli.					
38.	Saya membaca deskripsi dan ulasan Produk Skincare Wardah di e-commerce.					
Rekomendasi						
39.	Saya membeli Produk Skincare Wardah karena rekomendasi orang lain					
40.	Ulasan positif dari pengguna lain mengenai Produk Sincare Wardah memengaruhi keputusan saya dalam melakukan pembelian.					
Pemilihan Produk						
41.	Saya memutuskan membeli Produk Skincare Wardah melalui e-commerce.					
42.	Saya memilih Produk Skincare Wardah karena sesuai dengan kebutuhan saya.					
Kesesuaian Keinginan						
43.	Produk Skincare Wardah yang saya beli sesuai dengan keinginan saya.					
44.	Wardah memenuhi harapan saya sebagai Produk skincare Wardah.					

Sumber: Peneliti, 2026

Oleh karena itu, setiap butir pernyataan dalam kuesioner diharapkan dapat mempresentasikan kondisi yang sebenarnya terkait kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian produk *skincare* melalui *e-commerce.*

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengolahan data yang dilakukan setelah seluruh data penelitian terkumpul. Proses tersebut mencakup pengelompokan data berdasarkan variabel penelitian sebagai dasar dalam melakukan analisis dan pernarikan

kesimpulan, penyajian, dan pengolahan data, serta analisis statistik untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2023) dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah *structural Equation-Partial Least Square (SEM-PLS).*

Metode tersebut dipilih karena mampu menganalisis hubungan antara variabel laten secara simultan, baik hubungan antara indikator dengan konstruk maupun hubungan antarkonstruk dalam model penelitian.

Menurut (Hair Jr., 2021), PLS-SEM merupakan pendekatan *structural Equation Modeling* berbasis varians *(Variance-based SEM)* yang beriorentasi pada prediksi model dengan memaksimalkam nilai koefisien determinasi (R^2) pada variabel dependen. Metode ini sesuai digunakan untuk model penelitian yang *relative* kompleks, memiliki ukuran sampel yang terbatas, serta tidak mensyaratkan data berdistribusi normal, sehingga dinilai tepat untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk *skincare* melalui *e-commerce.*

3.7.1 Pengujian Outer Model

Outer model digunakan untuk menilai keterkaitan antara indikator dengan variabel laten dalam suatu model, sehingga dapat diketahui apakah instrument penelitian telah bekerja secara tepat. Pengujian pada tahap ini berfokus pada penilaian validitas dan reabilitas agar instrument dianggap layak digunakan dalam analisis lebih lanjut. (Hair Jr., 2021) menyatakan bahwa evaluasi model pengukuran reflektif dalam PLS-SEM dilakukan dengan meninjau indikator *indicator reliability, internal consistency reliability, convergent validity dan discriminant validity.*

1. *Convergent Validity*

Convergent Validity digunakan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator dalam suatu kosntruk mampu menjelaskan variable laten yang di ukurnya secara konsisten. Pengujian *Convergent Validity* umumnya dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* dan *average variance extracted (AVE)* pada masing-masing indikator dalam model. Menurut (Hair Jr., 2021), indikator dikatakan memiliki kualitas yang baik apabila nilai *outer loading* lebih besar dari 0,70 dan nilai ave melebihi 0,50, sehingga konstruk dapat dinyatakan valid secara konvergen karena proporsi varian yang dijelaskan oleh indikator Terhadap variabel laten sudah memadai.

2. Discriminant Validity

Discriminant Validity digunakan untuk menilai apakah suatu konstruk benar-benar berbeda secara empiris dari konstruk lain yang ada dalam model penelitian. Pengujian discriminant validity umumnya dilakukan dengan memeriksa nilai *cross loading* dan kriteria *fornell-Larcker*. Suatu konstruk dinyatakan memenuhi *Discriminant Validity* apabila nilai loading indikator pada konstruk yang diukur lebih tinggi dibandingkan nilai loading indikator yang sama Terhadap kosntruk lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut lebih merepresentasikan kosntruk asalnya daripada kosntruk yang lain.

3. Composite Reability

Composite Reability digunakan untuk menilai tingkat konsistensi indikator dalam mengukur suatu konstruk penelitian. Dengan kata lain, konsistensi internal menunjukkan sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk memberikan hasil yang stabil dan searah, menurut (Hair Jr., 2021), suatu konstruk dapat dinyatakan realibel apabila memiliki nilai *composite reability > 0,70.*

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

4. Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha digunakan untuk mengukur reliabilitas atau tingkat konsistensi jawaban responden terhadap item-item pertanyaan yang membentuk suatu variabel dalam penelitian. Nilai *Cronbach's Alpha* yang dianggap baik adalah > 0,70, sehingga variabel penelitian dapat dinyatakan reliabel karena memiliki konsistensi internal yang memadai.

3.7.2 Pengujian Inner Model

Inner model digunakan untuk meguji hubungan antar variabel laten yang terdapat dalam penelitian. Pengujian inner model bertujuan untuk menilai sejauh mana model mampu menjelaskan hubungan antar variabel laten sekaligus menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Menurut (Hair Jr., 2021) evaluasi model struktural dalam PLS-SEM dilakukan dengan meninjau masalah kolinearitas, nilai *path coefficient, serta koefisien determinasi* (R^2) untuk menilai kekuatan dan kemampuan penjelasan model terhadap variabel dependen

Adapun pengujian *inner model* dalam penelitian ini meliputi beberapa tahapan utama, yaitu:

1. *R-Square (R2)*

Digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen dalam suatu model penelitian. Secara umum, semakin tinggi nilai (R2), maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen, karena proporsi varian yang dapat diterangkan oleh variabel independen menjadi lebih besar sehingga model dinilai memiliki daya jelaskan yang kuat.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

2. Path coefficient

Path coefficient digunakan untuk melihat arah dan besarnya pengaruh antar variabel laten di dalam model penelitian. Nilai ini menunjukkan seberapa kuat sautu variabel memengaruhi variabel lainnya sekaligus menjadi dasar dalam pengujian hipotesis. Path coeffiecient yang bernilai positif menggambarkan hubungan yang searah (Ketika satu variabel meningkat, variabel lain juga cenderung meningkat), sedangkan nilai negative menunjukkan hubungan yang berlawanan arah (kenaikan satu variabel diikuti penurunan variabel lain).

3. Uji hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan Menggunakan metode bootsrapping untuk menilai signikansi antar variabel yang dimodelkan.

Pengujian dilakukan dengan mengacu pada nilai yang diperoleh dari hasil analisis:

a. *T-statistics > 1,96*
b. *P-values, < 0,05*

Kriteria penerimaan hipotesis ditentukan berdasarkan hasil uji statistik, yaitu apabila nilai *T-statistics* > 1,96 dan nilai *P-Values* < 0,05.

Apabila kedua kriteria tersebut terpenuhi, maka hipotesis dinyatakan diterima, yang mengidendikasikan adanya pengaruh signifikan antar variabel dalam penelitian.

Metode structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) diterapkan dalam penelitian ini karena diharapkan mampu memberikan hasil analisis yang akurat dalam menjelaskan pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk *skincare* melalui *e-commerce*. Penggunaan metode ini juga memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan antarvariabel secara

komprehensif sehingga dapat memberikan hasil yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI