BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif atau kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel. Variabel yang diteliti meliputi variabel independen (*Digital Knowledge Sharing* dan Pelatihan), variabel mediasi (*Product Innovation Capability*), serta variabel dependen (*Organizational Performance*). Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis guna memperkuat temuan empiris dan teori yang mendasarinya. Pada penelitian tidak hanya menjelaskan hubungan antar variabel, tetapi juga menguji seberapa besar pengaruh *Digital Knowledge Sharing*, Pelatihan, dan *Product Innovation Capability* terhadap *Organizational Performance* pada komunitas usaha tata rias pengantin yang ada di Kabupaten Semarang.

3.2 Lokasi dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Semarang yang berfokus pada satu komunitas usaha tata rias pengantin yaitu Harpi Melati (Himpunan Ahli Rias Pengantin Indonesia) sebagai objek penelitian. Lokasi dipilih atas pertimbangan bahwa Harpi Melati merupakan wadah resmi yang menaungi para pelaku usaha tata rias pengantin sehingga diharapkan mampu memberikan data yang relevan, valid, serta representatif terhadap kondisi nyata pelaku usaha tata rias pengantin di wilayah Kabupaten Semarang. Adapun periode penelitian

yang direncanakan berlangsung selama kurang lebih 3 (tiga) bulan, yang meliputi beberapa tahapan kegiatan penelitian, antara lain:

1. Persiapan, meliputi penyusunan sarana dan prasarana penelitian, perizinan, serta koordinasi dengan pihak komunitas Harpi Melati Kabupaten Semarang.
2. Pengumpulan data, dengan penyebaran kuisioner dan wawancara kepada anggota komunitas Harpi Melati di Kabupaten Semarang
3. Pengolahan dan analisis data, mencakup proses pengumpulan dan analisis data statistik sesuai metode penelitian.
4. Penyusunan laporan, penulisan hasil penelitian dan pembahasan untuk mencapai tujuan penelitian.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan benda, orang, hewan, dan lain – lain yang menjadi perhatian peneliti (Tapehe, 2014). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha tata rias pengantin yang berada dalam komunitas Harpi Melati (Himpunan Ahli Rias Pengantin Indonesia) di Kabupaten Semarang. Memilih komunitas Harpi Melati karena komunitas ini merupakan wadah resmi yang menaungi para MUA (Make Up Artist) dan ahli rias pengantin, sehingga data yang diperoleh dapat mencerminkan kondisi nyata usaha tata rias pengantin di wilayah Kabupaten Semarang sebagai penelitian.

3.3.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan mewakili populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Jumlah anggota Harpi Melati cukup besar dan tidak semua anggota memungkinkan untuk diteliti, maka peneliti mengambil sebagian dari populasi sebagai sampel untuk diteliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria reesponden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merupakan anggota aktif komunitas Harpi Melati Kabupaten Semarang.
2. Memiliki usaha tata rias pengantin yang masih berjalan.
3. Bersedia mengisi kuesioner penelitian dengan lengkap.
4. Usia produktif 17 – 65 tahun

3.3.3 Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Harpi Melati di Kabupaten Semarang. Data diperoleh dari hasil wawancara jumlah anggota Harpi Melati kabupaten semarang sebanyak 247 orang.

Sampel adalah bagian dari populasii yang memiliki karakteristik tertentu, dianggap mewakili populasi secara keseluruhan, dan jumlahnya lebih sedikit dibandingkan populasi. Metode pengambilan *sampel* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Menurut

Sugiyono, (2019) purposive sampling merupakan teknik penentuan *sampel* berdasarkan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. Merupakan anggota aktif komunitas Harpi Melati Kabupaten Semarang.
2. Memiliki usaha tata rias pengantin yang masih berjalan.
3. Bersedia mengisi kuesioner penelitian dengan lengkap.
4. Usia produktif 17 – 65 tahun

Perhitungan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1+N\,(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

Moe = *Margin of eror Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan.sebesar 10%.

n=247

_____

1+(247 0,10)2

n=71

Penelitian ini menggunakan batas kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%. Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel minimum yang digunakan dalam penelitian ini adalah 71 responden.

3.4 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder, untuk memperoleh informasi yang komprehensif dan mendukung keakuratan hasil penelitian.

1. Data Primer

   Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama penelitian, yang dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner kepada responden, yaitu anggota komunitas Harpi Melati Kabupaten Semarang yang telah ditentukan sebagai sampel menggunakan teknik sampling pada subbab sebelumnya.

   Kuesioner disusun menggunakan skala Likert dengan beberapa indikator yang mewakili variabel penelitian, yaitu *Digital Knowledge Sharing*, Pelatihan, *Product Innovation Capability*, dan *Organizational Performance*. Melalui data primer peneliti dapat memperoleh informasi terbaru sesuai pengalaman dan kondisi nyata yang dialami oleh pelaku usaha tata rias pengantin di Kabupaten Semarang.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain atau sumber yang telah tersedia sebelumnya. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a) Artikel ilmiah (nasional maupun internasional) yang sesuai dengan tema *Digital Knowledge Sharing*, pelatihan, *Product Innovation Capability*, dan kinerja organisasi.
b) Buku yang membahas teori manajemen, inovasi, sumber daya manusia, dan kinerja organisasi.
c) Laporan dan publikasi resmi dari instansi terkait, seperti Badan Pusat Statistik (BPS) atau laporan *Internal* organisasi yang relevan.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini disesuaikan dengan jenis data yang digunakan, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun metode yang digunakan sebagai berikut :

1. Data Primer

Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada responden, yaitu anggota komunitas Harpi Melati Kabupaten Semarang yang terpilih sebagai sampel penelitian.

a. Bentuk kuesioner

Kuesioner disusun dengan menggunakan skala Likert 1–5, yang memuat pernyataan-pernyataan terkait variabel penelitian yaitu

Digital Knowledge Sharing, Pelatihan, *Product Innovation Capability*, dan *Organizational Performance*

b. Prosedur pengumpulan

1) Menyusun instrumen penelitian berdasarkan indikator setiap variabel.
2) Menyebarkan kuesioner kepada responden melalui tatap muka langsung maupun media digital (misalnya *Google Form* atau *WhatsApp*) untuk memudahkan responden.
3) Mengumpulkan kembali kuesioner yang telah diisi dan melakukan pengecekan kelengkapan jawaban.

Metode kuesioner dipilih karena dianggap efisien dalam mengumpulkan data dalam jumlah besar serta sesuai untuk penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif.

2. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan menelaah berbagai sumber yang relevan dengan topik penelitian, antara lain:

a. Buku teks yang membahas teori manajemen, inovasi, sumber daya manusia, dan kinerja organisasi.
b. Artikel ilmiah nasional maupun internasional terkait *Digital Knowledge Sharing*, pelatihan, inovasi produk, dan kinerja organisasi.

c. Laporan resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS) maupun dokumen *Internal* organisasi yang relevan.

Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat landasan teori, membandingkan temuan penelitian dengan hasil penelitian sebelumnya, serta memberikan gambaran umum mengenai kondisi usaha tata rias pengantin di Kabupaten Semarang.

3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang sesuatu yang harus diamati serta mengukur variabel yang bertujuan memberikan penjelasan mengenai variabel penelitian sehingga dapat diukur secara akurat. Penelitian ini terdiri atas tiga variabel (X1, X2, Z) dan satu variabel *dependen* (Y), dengan indikator serta item pengukuran sebagai berikut:

Tabel 4. Definisi Operasional

NO	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
1.	*Digital Knowledge Sharing* (X1)	*Digital Knowledge Sharing* merupakan perilaku individu membagi apa yang telah mereka pelajari dan mentransfer apa yang telah mereka ketahui, kepada yang memiliki	1. Mengumpulkan pengetahuan 2. Menyumbang pengetahuan 3. Berbagi pengalaman dan berbagi informasi	Tupamahu, Pelamonia dan Pinoa (2021) dalam (Setiawati et al., 2024).

		kepentingan bersama dan telah menemukan pengetahuan yang bermanfaat (Tupamahu et al., 2021).		
2.	Pelatihan (X2)	Pelatihan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam melakukan pekerjaan yang lebif efektif dan efisien. Program pelatihan adalah serangkaian program yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam hubungan pekerjaan (Nurhaliza & Alamsyah, 2025) .	1. Instruktur 2. Peserta 3. Materi 4. Metode 5. Tujuan pelatihan 6. Sasaran	Mangkunegara (2006) dalam (Vera Sylvia Saragi Sitio, 2022)
3.	*Product Innovation Capability* (Z)	Menurut (Putri & Arif, 2023) *Product Innovation*	1. Fitur produk 2. Desain produk 3. Kualitas produk	(B. D. Prasetyo 2020: 35) dalam (Riska

		Capability adalah sebuah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat dikembangkan.		Okhtavia & Mulyo Budi Setiawan, 2022)
4.	*Organizational Performance* (Y)	. Menurut penelitian (Julianry et al., 2017) *Organizational Performance* adalah kemampuan organisasi untuk mencapai tujuannya dengan menggunakan sumber daya secara efektif dan efisien. Kinerja organisasi adalah totalitas hasil kerja yang dicapai suatu organisasi tercapainya tujuan organisasi yang berarti kinerja suatu organisasi itu dapat dilihat dari tingkatan sejauh mana organisasi dapat mencapai tujuan yang didasarkan	1. Responsivitas (*responsiveness*) 2. Responsibilitas (*responsibility*) 3. Akuntabilitas (*accountability*)	Moeheriono (2012:162) dalam (Arahman et al., 2024).

		pada tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya.		

3.7 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling – Partial Least Equares (*SEM - PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Pemilihan SEM-PLS di dasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu sifat penelitian yang bersifat prediktif, kompleksitas model yang melibatkan variabel independen, mediasi, dan moderasi, serta jumlah sampel yang relatif terbatas sehingga lebih sesuai dengan pendekatan berbasis varian dibandingkan dengan *covariance-based* SEM.

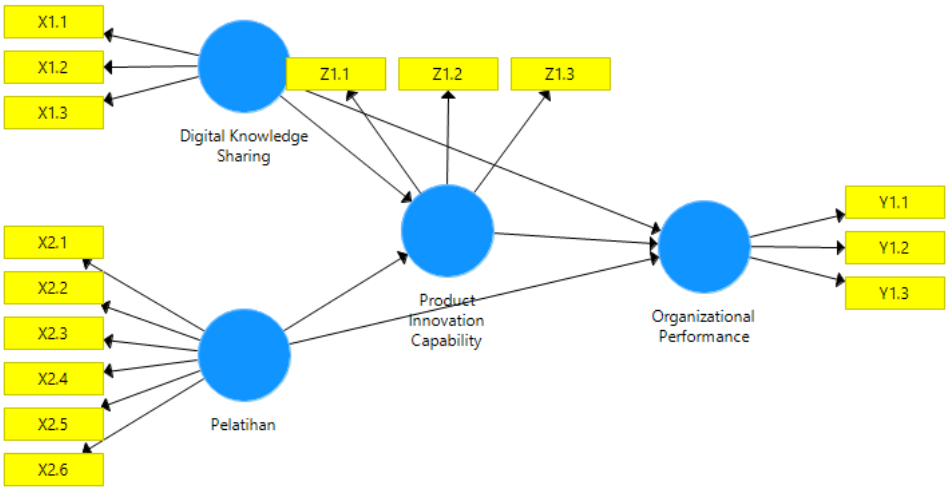
Langkah-langkah dalam implementasi SEM sebagai berikut :

1. Pengembangan Model Berbasis Teori

   Dalam pengembangan model SEM, tahap awal adalah merumuskan model yang memiliki dasar justifikasi teoritis yang kuat. Pada tahap ini, peneliti merumuskan model penelitian berdasarkan teori dan literatur yang relevan. Model konseptual menggambarkan hubungan antar variabel laten yang akan diuji. Misalnya, dalam penelitian ini dirancang hubungan antara Digital *Knowlwdge Sharing*, Pelatihan dan *Product Innovation Capability* (mediasi) terhadap *Organizational Performance*. Model ini divisualisasikan dalam bentuk path diagram agar arah hubungan antar variabel lebih jelas.

2. Pengembangan Path Diagram

Model teoritis yang telah dikembangkan selanjutnya dituangkan dalam bentuk path diagram untuk memudahkan analisis hubungan kausal yang akan diuji. Diagram tersebut menggambarkan alur sebab – akibat yang menjadi dasar penentuan variabel dan indikator dalam pengukuran konstruk penilaian.



Gambar 2. Path Diagram

3. Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan

X1 = *Digital Knowledge Sharing*

X2 = Pelatihan

Z = *Product Innovation Capability*

Y = *Organizational Performance*

a. $Z=\beta 1X1+\beta 2X2+€$

b. $Y=\beta 1X1Z+\beta 2X2Z+€$

4. Memilih Matrik Input dan Estimasi Model

   Dalam analisis SEM, data input berupa matriks varian – kovarian atau matriks korelasi yang merepresentasikan hubungan antar variabel. Penggunaan matriks kovarian dinilai lebih unggul karena mampu memberikan perbandingan yang lebih valid antar populasi maupun antar sampel dibandingkan matriks korelasi.

5. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

   Model pengukuran digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara konstruk laten dan indikator - indikatornya. Dalam penelitian ini, konstruk yang digunakan adalah reflektif, sehingga pengujian dilakukan melalui beberapa langkah berikut:

   a. Uji Reabilitas Indikator : setiap indikator di evaluasi berdasarkan nilai *loding factor*. Indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai loading > 0,70, sedangkan indikator dengan nilai 0,40 – 0,70 dapat dipertimbangkan untuk dihapus apabila berdampak negatif terhadap reliabilitas model.
   b. Uji Validitas Konvergen : diukur menggunakan nilai AVE, suatu konstruk dinyatakan valid apabila nilai AVE > 0,50, yang menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk laten.
   c. Uji Reabilitas Konstruk : reabilitas konstruk dinilai menggunakan *composite reliability* (CR) dan *cronbach's alpha* dengan nilai yang

direkomendasikan > 0,70 untuk menunjukkan konsistensi internal antar indikator dalam satu konstruk.

d. Uji Validitas Deskriminan : dilakukan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* dan nilai *cross-loading*. Validitas deskriminan terpenuhi apabila nilai akar AVE setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk, serta setiap indikator memiliki *loading* tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya.

6. Evaluasi Model Struktural

Model struktural digunakan untuk menguji hubungan antar variabel laten sesuai hipotesis penelitian. Evaluasi dilakukan melalui langkah – langkah berikut :

a. Nilai *R-Square* (R^2): mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 sebesar 0,67 dikategorikan substansial, 0,33 moderat, dan 0,19 lemah. Dalam penelitian ini, R^2 digunakan untuk menilai sejauh mana *Digital Knowledge Sharing*, Pelatihan dan *Product Innovation Capability* mampu menjelaskan *Organizational Performance*.

b. Jika signifikansi jalur (*Path Coefficient*): signifikansi hubungan antar variabel diuji dengan metode bootstrapping. Nilai t-statistic > 1,96 ($p < 0,05$) menunjukkan pengaruh signifikan.

7. Intepretasi dan Modifikasi Mode

Tahap akhir analisis adalah interpretasi modifikasi model yang belum memenuhi kriteria pengujian. Model perlu dimodifikasi apabila jumlah residual melebihi batas 5% atau nilai residual ≥ 2,58, yang menunjukkan signifikansi statistik pada tingkat 5%.

3.7.1 Metode Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengolah data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul apa adanya tanpa bertujuan untuk melakukan generalisasi (Sugiyono, 2019). Tujuan analisis deskriptif adalah untuk memahami makna hubungan antar variabel sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian. Prinsip utama analisis ini yaitu mengolah data yang terkumpul menjadi informasi yang sistematis dan terstruktur. Analisis deskriptif menjelaskan tanggapan responden berdasarkan pernyataan dalam skala Likert, yaitu sebagai berikut:

a. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai = 1
b. Jawaban Tidak Setuju (TS) dengan nilai = 2
c. Jawaban Netral (N) dengan nilai = 3
d. Jawaban Setuju (S) dengan nilai = 4
e. Jawaban Sangat setuju (SS) dengan nilai = 5

Analisis deskriptif menurut Sugiyono, (2019) dijabarkan dalam Rentang Skala (RS) sebagai berikut :

$$RS = \frac{nilai\ tertinggi - nilai\ terendah}{banyak\ kelas}$$

Dengan perhitungan sebagai berikut :

$$RS = \frac{5 - 1}{5}$$

$$RS = 0{,}8$$

Standar untuk kategori lima kelas tersebut adalah sebagai berikut :

1,00 - 1,80 = sangat rendah atau sangat tidak baik

1,81 – 2,60 = rendah atau tidak baik

2.61 – 3.40 = sedang atau cukup

3,41 – 4.20 = tinggi atau baik

4,21 – 5,00 = sangat tinggi atau sangat baik