

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan atau *field research* dimana data utama didapat dari tempat penelitian. Dengan kata lain, peneliti secara langsung terlibat di lapangan dan melakukan pengumpulan data melalui kuesioner untuk mendapatkan informasi langsung dari responden. Adapun untuk pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dimana pendekatan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numeric atau angka. Tujuan dari penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan serta menggunakan model sistematis, teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang sedang diteliti.¹ Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kuantitatif membantu peneliti dalam menghitung data yang terkait dengan pengaruh variabel *electronic word of mouth, product quality, brand image terhadap purchase intention* pada *skincare Somethinc*.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Moonlight CMC Beauty dengan subjek pada konsumen yang mengetahui produk *skincare Somethinc*. Adapun jangka waktu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mulai pada bulan Oktober 2023 sampai selesai.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam sebuah penelitian merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik

¹ Suryani and Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenamedia Group, 2016).

kesimpulannya.² Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Moonlight CMC Beauty yang mengetahui produk *skincare* Somethinc. Oleh karena itu, populasi ini merupakan populasi yang tidak terbatas karena tidak dapat diketahui secara pasti jumlah yang sebenarnya.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³ Dalam menentukan jumlah sampel minimum pada penelitian ini menggunakan pendapat dari Hair, Anderson, Thatam & Black yang menjelaskan mengenai besarnya sampel apabila terlalu besar dan menyulitkan oleh peneliti, maka untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan *structural equation modeling* (SEM) yaitu ukuran sampel maksimum diambil adalah sebanyak 5 kali dari 5-10 kali observasi dan jumlah parameter yang diestimasi.⁴ Pada penelitian ini menggunakan 23 *estimated parameter* (indikator + koefisien jalur) sehingga sampel dalam penelitian ini menggunakan 23 x 5 yaitu hasilnya 115 sampel.

Ukuran sampel yang dikemukakan oleh Hair, Anderson, Tatham & Black menyebutkan bahwa ukuran sampel yang sesuai dengan alat analisis yang digunakan didalam penelitian ini yaitu *structural equation model* (SEM) adalah diantara dari 100-200 sampel yang telah ditentukan, karena memakai teknik perkiraan berupa *maximum likelihood estimation* (MLE).⁵ Oleh karena itu, sampel minimum yang akan digunakan didalam penelitian ini yaitu sebesar 115 responden, yang berarti asumsi untuk sampel telah tercapai dimana sampel minimum yang diperlukan dari *structural equation modeling* (SEM) yaitu minimal 100 sampel.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

³ Sugiyono, 80.

⁴ Augusty Ferdinand, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen* (Semarang: BP Undip, 2020). 47-48

⁵ Ferdinand. 49.

non probability sampling merupakan teknik sampling yang tidak memberikan harapan atau peluang yang sama bagi seluruh anggota sampel yang dipilih. Teknik yang digunakan yaitu *purposive sampling*, dimana sampel dipilih didasarkan pada kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Mempunyai aplikasi atau akun Tiktok.
- b. Mengetahui produk *skincare* Somethinc.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel didefinisikan sebagai item atau atribut seseorang atau objek yang memiliki variasi dari satu dengan yang lainnya.⁶ Dari sini dapat diketahui bahwa identifikasi variabel merupakan tahapan dalam menentukan variabel utama dalam sebuah penelitian dan tujuan dari masing-masing variabel. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen disebut juga dengan variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain.⁷ Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu *electronic word of mouth* dan *product quality*.

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen disebut juga dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi variabel lain.⁸ Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *purchase intention*.

c. Variabel Intervening

Variabel intervening merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini terletak di antara variabel independen dan

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 38

⁷ Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertasi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018). 127

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 39

dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.⁹ Variabel intervening dalam penelitian ini yaitu *brand image*.

2. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1
Variabel dan Indikator Penelitian

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Electronic Word of Mouth</i> (X ₁)	<i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM) merupakan pernyataan positif atau negatif yang dibuat secara potensial dan aktual oleh konsumen yang telah menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan serta dapat diakses oleh banyak orang dan lembaga-lembaga melalui internet. ¹⁰	1. <i>Intensity</i> (intensitas) 2. <i>Valence of opinion</i> (kepentingan pendapat) 3. <i>Content</i> (isi) . ¹¹	Skala Likert 1-5
2.	<i>Product Quality</i> (X ₂)	<i>Product quality</i> merupakan karakteristik yang terdapat pada suatu produk yang memiliki kemampuan guna memenuhi kebutuhan konsumen dan bersifat laten. ¹²	1. <i>Performance</i> (kinerja) 2. <i>Durability</i> (daya tahan) 3. <i>Conformance to specification</i> (kesesuaian spesifikasi) 4. <i>Features</i>	Skala Likert 1-5

⁹ Sugiyono. 39

¹⁰ Henning-Thurau T., Gwinner, K. P. , Walsh. G & Gremler, “Electronic Word Of Mouth Via Consumer Opinion Platforms : What Motivates Consumers To Articulate Themselves On The Internet?”

¹¹ Benowati and Purba, “Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam.”

¹² Panglipurningrum, Sulistiyani, and Dewi, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Di Mediasi Oleh Brand Image Dan Brand Trust (Studi Pada Konsumen Tenun Ikat ‘Arimbi’ Kabupaten Sragen).”

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
			(fitur) 5. <i>Reliability</i> (keandalan) 6. <i>Aesthetics</i> (estetika) 7. <i>Perceived Quality</i> (persepsi kualitas) ¹³	
3.	<i>Brand Image (Z)</i>	<i>Brand image</i> merupakan bagian dari merek yang dapat dikenali namun tidak dapat diucapkan, seperti lambang, desain huruf atau warna khusus, atau persepsi pelanggan atas sebuah produk yang diwakili oleh mereknya. ¹⁴	1. <i>Recognition</i> (pengenalan) 2. <i>Reputation</i> (reputasi) 3. <i>Affinity</i> (daya tarik) 4. <i>Brand Loyalitas</i> (kesetiaan merek). ¹⁵	Skala Likert 1-5
4.	<i>Purchase Intention (Y)</i>	<i>Purchase intention</i> adalah sesuatu yang berkaitan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu dan berapa banyak unit produk yang	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat eksploratif ¹⁷	Skala Likert 1-5

¹³ Basrah Saidani Dan Samsul Arifin, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market”, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Vol 3 No 1, 2012, 5*

¹⁴ Novan Yurindera, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Citra Merek Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Motor Honda Beat Series”, *Jurnal Manajemen Bisnis, Vol.25, No.1 (2022), 15.*

¹⁵ Mbajeng Prastiyani Dan Suhartono, “Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Di Wilayah Yogyakarta”, *Jurnal Riset Manajemen Vol. 7, No. 1, 2020, 62-63.*

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		dibutuhkan pada periode tertentu. ¹⁶		

E. Teknik pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Wawancara

Teknik wawancara merupakan metode yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan sebuah data. Wawancara merupakan kegiatan percakapan yang dilakukan oleh dua belah pihak antara narasumber dengan pewawancara yang bertujuan untuk mendapat sebuah informasi yang dibutuhkan dengan mengajukan beberapa daftar pertanyaan.¹⁸ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan mengenai penjualan *skincare* Somethinc dan kebutuhan data lainnya kepada *owner* Moonlight CMC Beauty.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan metode atau teknik pengumpulan data dimana subjek atau responden diminta serangkaian pertanyaan atau diminta untuk menjawab pernyataan tertulis.¹⁹ Kuesioner dapat dibagikan secara langsung kepada responden atau dikirim melalui internet. Dalam penelitian ini, peneliti mendistribusikan kuesioner melalui media sosial dengan memanfaatkan *platform google form*. Adapun dalam pengukuran instrument dalam penelitian ini menggunakan skala likert dimana responden diminta untuk memilih satu dari beberapa

¹⁷ Joshua Jason Mulyanto, “Pengaruh *Brand Awareness* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Pokpiah Surabaya di Wilayah Surabaya Barat”, *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan START-Up Bisnis Vol.4 No.1, 2019, 4.*

¹⁶ Utami Dan Ponirin, “Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention* Lipstik Sariayu”, *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako Vol.6 No.3 (2020), 188.*

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 392

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 142.

ukuran skala yang tersedia dalam bentuk sebagai berikut.²⁰

Tabel 3. 2
Skala Likert

No	Jawaban Responden	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono (2013)

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan uraian keseluruhan komponen menjadi komponen yang lebih kecil untuk dapat mengetahui komponen yang dominan, membandingkan antara komponen satu dengan komponen lainnya serta membandingkan salah satu atau beberapa komponen secara keseluruhan. Teknik analisis data dalam sebuah penelitian berfungsi untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software SmartPLS 4*.

Penggunaan PLS (*Partial Least Square*) bertujuan untuk melakukan sebuah prediksi hubungan antar konstruk. Selain itu, PLS juga dapat membantu peneliti dalam penelitiannya untuk mendapatkan nilai variabel laten yang bertujuan untuk melakukan pemprekdisian. Teknik analisa data dalam metode PLS (*Partial Least Square*) adalah sebagai berikut:

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisa *outer model* merupakan evaluasi pengujian hubungan antara variabel konstruk (indikator) dengan variabel latennya.²¹ *Outer model* dalam penelitian ini digunakan untuk melihat validitas dan reliabilitas suatu item instrumen penelitian dalam mengukur variabel

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2013), 88.

²¹ Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: IPB Press, 2019). 75

laten.²² Adapun analisis dalam *outer model* yang dilakukan menggunakan *software SmartPLS* adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

1) *Convergent Validity*

Convergent validity (validitas konvergen) merupakan seperangkat indikator yang mewakili satu variabel laten dan yang mendasari variabel laten tersebut.²³ Indikator validitas ditentukan dengan besaran *loading factor* setiap prediktor terhadap variabel latennya. Suatu Prediktor atau item dapat dinyatakan valid apabila nilai *loading factor* > 0,7 (lebih dari 0,7) untuk *confirmatory research*, misalnya pada penelitian yang sudah pernah dilakukan uji awal instrumen penelitian tersebut sebelumnya.

Pada penelitian *explanatory*, seperti pada penelitian yang menggunakan instrumen yang baru nilai *loading factor* dapat diterima dan prediktor dapat dinyatakan valid apabila > 0,5 (lebih dari 0,5). Validitas konvergen juga dapat ditentukan berdasarkan nilai AVE (*average variance extracted*). Prediktor dinyatakan valid apabila nilai AVE > 0,5 (lebih dari 0,5).

2) *Discriminant validity*

Discriminant validity (validitas diskriminan) merupakan penilaian validitas prediktor dengan cara membandingkan keterkaitannya dengan variabel lain. Indikator yang digunakan adalah *cross loading*. Suatu prediktor atau instrumen dapat dinyatakan valid apabila nilai *cross loading* < 0,5, atau *cross loading* dari prediktor yang dinilai lebih besar

²² Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021). 6.

²³ Jonathan Sarwono and Umi Narimawati, *Membuat Skripsi, Tesis Dan Disertasi Dengan Partial Least Squar SEM (PLS-SEM)* (Yogyakarta: ANDI, 2015).

pada variabel latennya sendiri dibandingkan dengan nilai *loading*-nya terhadap variabel lain.²⁴

Dalam aplikasi SmartPLS atau sejenisnya, uji validitas diskriminan dilakukan dengan menggunakan nilai *cross loadings* dan *Fornell-Larcker*

- a) Nilai *Cross Loading* masing-masing konstruk dievaluasi untuk memastikan bahwa korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya. Nilai *cross loading* yang diharapkan adalah bernilai $>0,7$ (lebih besar dari 0,7).
 - b) *Fornell-Larcker Criterion* merupakan metode lain untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan cara membandingkan nilai \sqrt{AVE} pada setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai \sqrt{AVE} setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka model tersebut dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.
 - c) *Heteroit-Monotrait Ratio* merupakan metode alternatif yang digunakan untuk menilai dari validitas diskriminan karena menurut beberapa ahli *cross loading* dan kriteria *Fornell-Larcker* yang kurang sensitif dalam menilai validitas diskriminan. Nilai HTMT harus $<0,9$ (kurang dari 0,9).²⁵
- b. Uji Reliabilitas
- Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengukur seberapa mampu indikator dapat mengukur konstruk

²⁴ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 7.

²⁵ Syahrir, et al. *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*, 76.

latennya. Uji Reliabilitas ditentukan berdasarkan nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. Prediktor dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's alpha* atau *composite reliability* pada *confirmatory research* sebesar $>0,7$ (lebih dari 0,7) dan pada *explanatory research* dapat juga diterima sebesar $>0,6$ (lebih dari 0,6).²⁶

Nilai *Cronbach's Alpha* (α) merupakan indikator yang lebih umum digunakan untuk menentukan reliabilitas. Pada instrumen penelitian secara umum, instrumen atau kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>0,6$. Adapun tabel interpretasi reliabilitas berdasarkan *Cronbach's alpha* adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 3
Interpretasi Reliabilitas berdasarkan Cronbach's Alpha

Nilai Alfa Cronbach	Interpretasi
$>0,9$	Sangat baik
$>0,8-0,9$	Baik
$>0,7-0,8$	Diterima
$>0,6-0,7$	Dipertimbangkan
$>0,5-0,6$	Jelek (kurang)
$<0,5$	Tidak dapat diterima

2. *Inner Model*

Model struktural atau yang sering dikenal dengan istilah inner model merupakan analisis untuk menguji adanya kolinearitas antar konstruk dan kemampuan prediktif model.²⁷

a. *R-Square* (R^2)

R-Square merupakan penilaian yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar konstruk eksogen

²⁶ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 7.

²⁷ Syahrir, et al. *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*, 77.

dapat menjelaskan konstruk endogen.²⁸ Nilai *R-Square* pada Smart- PLS dapat diperoleh bersamaan dengan analisis validitas dan reliabilitas (outer model) pada tahap analisis *PLS-Algorithm*.²⁹ Berdasarkan nilai *R-Square*, pengaruh (atau hubungan) antar variabel dapat dinyatakan sebagai berikut.

- 1) Nilai *R-Square* $\geq 0,75$ yang berarti model kuat
- 2) Nilai *R-Square* $\geq 0,50-0,75$ model moderat
- 3) Nilai *R-Square* $\geq 0,25-0,50$ model lemah

b. *Effect size* (F^2)

Nilai *effect size* (*F-Square*) merupakan penilaian tambahan untuk mengetahui besaran atau kekuatan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogennya. Nilai *F-Square* dapat diperoleh bersamaan pada tahap *PLS-Algorithm*. Berdasarkan nilai *F-Square*, kekuatan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dapat dikategorikan sebagai berikut:³⁰

- 1) Nilai *F-Square* $< 0,02$ berarti tidak ada pengaruh.
- 2) Nilai *F-Square* $0,02- < 0,15$ berarti ada pengaruh kecil.
- 3) Nilai *F-Square* $0,15- < 0,35$ berarti ada pengaruh medium.
- 4) Nilai *F-Square* $\geq 0,35$ berarti ada pengaruh besar.

c. *Path Coefficients* atau koefisien jalur

Path Coefficients atau koefisien jalur ini digunakan untuk mengetahui signifikansi dan kekuatan hubungan serta untuk menguji hipotesis. Dalam hal ini, nilai *path coefficients* berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat. Sedangkan hubungan

²⁸ Syahrir, et al. *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*, 77.

²⁹ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 11

³⁰ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 11

yang semakin mendekati -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif.³¹

d. Model Fit

Model fit merupakan indikator kesesuaian (kecocokan) sebuah model.³² Untuk menilai kelayakan model pada model fit, dapat dilihat dari nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). Nilai SRMR ini digunakan untuk kecocokan antara hubungan antar variabel pada model yang diamati. Dalam hal ini, model dikatakan layak atau cocok untuk menjelaskan hubungan antar variabel tersebut apabila nilai SRMR <0,08 atau dapat ditoleransi hingga <0,1.³³

3. Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Uji hipotesis merupakan prosedur bootstrapping yang menghasilkan nilai t-statistik untuk setiap jalur hubungan. Nilai t statistik ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel. Dalam hal ini, nilai t-tabel dapat ditentukan berdasarkan tingkat kepercayaan, seperti 90%, 95%, atau 99%. Apabila menggunakan tingkat kepercayaan 95%, maka presisi atau batas ketidakakuratan (α)=5% atau 0,05.³⁴

Dalam pengujian hipotesis ini, terdapat dua pengujian yaitu uji pengaruh langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*). Uji pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) merupakan evaluasi atau pengujian yang digunakan untuk mengetahui dan menganalisis kekuatan hubungan variabel intervening (mediasi, moderasi) dengan variabel lain. Intervening ini dapat terjadi apabila sebuah variabel dapat mempengaruhi hubungan antara variabel bebas (independent) dan terikat

³¹ Syahrir, et al. *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*, 77.

³² Syahrir, et al. *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*, 78.

³³ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 9-10.

³⁴ Syahrir et al. *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*, 80.

(dependent). Dalam hal ini, perubahan pada variabel bebas menyebabkan perubahan pada variabel mediator dan akhirnya menyebabkan perubahan pada variabel terikat.³⁵



³⁵ Syahrir, et al, *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Laut*, 79.