

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Studi ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan juga mengolah data berbentuk numerik, sehingga memungkinkan hasil yang diperoleh dapat dihitung dan dianalisis menggunakan teknik statistik (Abdullah et al., 2022). Karena metode kuantitatif memungkinkan pengumpulan data yang objektif dan terukur, Pengumpulan dan analisis data kuantitatif sering kali lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan metode kualitatif. Dalam kajian kuantitatif ini, peneliti memilih metode survei dengan menyebarkan kuesioner sebagai cara untuk mempermudah proses pengumpulan data. Pendekatan kuantitatif mengubah data menjadi bentuk angka yang selanjutnya dianalisis guna memperoleh hasil yang bersifat deskriptif, menjelaskan hubungan, atau mengukur keterkaitan antar variabel.

3.2. Objek Penelitian

Objek suatu penelitian merupakan suatu hal yang akan menjadi perhatian utama dalam suatu kajian yang bertujuan untuk dikaji secara ilmiah, baik individu, kelompok, atau lembaga yang berkaitan dengan masalah penelitian. objek dalam suatu penelitian merupakan fokus atau tujuan yang dikaji dalam suatu penelitian untuk mendapatkan pemecahan masalah atau wawasan mengenai topik yang sedang diteliti (Hardani et al., 2020). Tujuan dalam studi ini adalah objek yang akan dijadikan bahan untuk diteliti yaitu motor listrik Polytron. Perusahaan elektronik terkemuka di Indonesia yang didirikan pada tahun 1975 di Kudus, Jawa Tengah. Polytron kini memperluas bisnisnya ke sektor otomotif melalui peluncuran motor listrik pada bulan Oktober 2022 yang mengeluarkan tipe FOX-R dan FOX-S.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi dalam penelitian merupakan seluruh objek atau subjek yang memiliki karakter tertentu yang akan digunakan oleh peneliti untuk diteliti hingga kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut (Rachman & Purnomo, 2024), Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek dengan kualitas dan karakter spesifik yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, yang hasilnya akan digunakan untuk menarik kesimpulan umum. Populasi terdiri dari semua elemen yang menjadi subjek penelitian dan memenuhi kriteria tertentu, baik berupa kelompok, peristiwa, atau elemen lain yang akan dievaluasi (Candra et al., 2024). Populasi ialah jumlah total keseluruhan dari objek penelitian yang tertuju pada keseluruhan sekelompok orang yang akan diteliti, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki ketertarikan atau minat terhadap kendaraan listrik dan pernah melihat atau mengetahui produk motor listrik merek Polytron di wilayah Jabodetabek. Jumlah populasi konsumen motor listrik yang memiliki minat untuk membeli mungkin tidak diketahui secara pasti karena jumlah konsumen terus berubah seiring waktu. Karakteristik pada populasi ini yaitu semua kalangan dari anak-anak hingga dewasa yang suka dengan produk mie.

3.3.2. Sampel

Sampel yang mendefinisikan hanya sebagian kecil dari populasi. Menurut (Sugiyono, 2022), sampel ialah beberapa dari keseluruhan populasi dengan karakter tertentu. Pemilihan sampel digunakan karena adanya batasan waktu, dan biaya, sehingga peneliti tidak dapat mudah menjangkau seluruh populasi secara langsung.

Penelitian kuantitatif menggunakan teknik sampling non probabilitas, dikarenakan proses pengumpulan data dengan metode probabilitas menjadi terlalu lama. Teknik sampling non-probabilitas merupakan metode pemilihan sampel yang peneliti temukan atau tentukan sendiri (Gideon & Bano, 2023). Pada penelitain menurut Hair et al (2019) menjelaskan mengenai ukuran sampel, sering kali meneliti yang berjumlah kurang dari 50 responden tidak

dianggap memadai, maka dari itu ukuran sampel yang memadai sebaiknya mencapai 100 atau lebih responden untuk memastikan hasil data yang diperoleh signifikan.

Kajian ini menggunakan teknik “*purposive sampling*”, yaitu metode pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria atau pertimbangan khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti (Abdullah et al., 2022). Kriteria responden yang dijadikan sampel dalam studi ini adalah:

1. Berumur diatas 17 tahun.
2. Pernah melihat atau mengetahui produk motor listrik merek Polytron.
3. Memiliki pekerjaan.

Peneliti menggunakan empat variabel sebagai variable Harga sebagai X1 dan Kualitas Produk sebagai X2. Variable Minat beli sebagai Y yang dimediasi oleh variable Citra Merek (Z). Studi ini menggunakan pemilihan sampel yang didasarkan pada metode yang dirancang oleh penelitian (Hair et al., 2019), yang merekomendasikan digunakan untuk situasi di mana populasi yang belum diketahui. Rumus untuk menghitung menyarankan sampel antara 5 sampai 10 kali total indikator dari variabel yang akan diteliti oleh peneliti. Hal ini peneliti menggunakan ukuran sampel sebesar 10, dengan jumlah indikator sebanyak 17. Maka, perhitungan total sampel dalam studi ini menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 10 \\ &= 17 \times 10 \\ &= 170\end{aligned}$$

Setelah peneliti melakukan perhitungan sampel, maka peneliti menetapkan sampel sebanyak 170 responden dalam melakukan studinya.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam studi ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden seperti menyebarkan kuesioner atau wawancara. Teknik utama yang digunakan dalam studi ini adalah kuesioner atau angket, yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan memberikan beberapa pertanyaan secara daring kepada responden. Teknik ini dianggap

paling sesuai karena dapat menjangkau jumlah responden yang besar dalam waktu yang relatif singkat dan mampu mengukur persepsi atau sikap responden secara sistematis.

Penilaian melibatkan pengumpulan informasi tentang subjek penelitian dan memungkinkan hasil diukur menggunakan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, membuat instrumen pada dasarnya sama dengan membuat alat penilaian. Dalam hal ini, ada dua metode evaluasi yang berbeda (Amelia et al., 2023). Untuk mengumpulkan data dengan teknik kuesioner atau angket, peneliti menggunakan aplikasi atau alat yang bernama *Google Form*, yang dimana tanya jawab dilakukan secara *online* atau daring, peneliti menyebarkan kuesioner ini melalui beberapa media online yang tersedia diantaranya *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp*. Kuesioner yang digunakan dalam studi ini disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian dan diukur menggunakan skala *likert* dengan empat tingkat pengukuran penilaian antara 1 sampai 4 diantaranya, yaitu skor 1 sangat tidak setuju, skor 2 tidak setuju, skor 3 setuju, serta skor 4 untuk jawaban sangat setuju (Pamungkas & Nugroho, 2021).

Tabel 3. 1 Skala Likert

Skor	Pilihan Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

Sumber: (Pamungkas & Nugroho, 2021)

3.5. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian adalah cara peneliti menjelaskan variabel atau konsep yang diteliti secara spesifik dan dapat diukur. Dalam penelitian kuantitatif, ini penting untuk mengubah ide-ide abstrak menjadi sesuatu yang bisa diukur dan dianalisis dengan angka, sehingga penelitian memiliki kerangka kerja yang akurat dan valid. Pentingnya definisi operasional dalam penelitian kuantitatif sangat ditekankan oleh Asita & Manunggal (2023) menegaskan betapa krusialnya definisi operasional dalam penelitian

kuantitatif, dengan menyoroti bahwa keberhasilan pengukuran suatu konsep tidak hanya bergantung pada kebenaran definisi konseptualnya, melainkan juga pada keselarasan dengan definisi di tingkat operasional. Terdapat empat variabel yang digunakan pada studi ini:

1. Variabel Bebas (Independen) (X): Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2)
2. Variabel Mediasi atau penghubung (Intervening): Citra Merek (Z)
3. Variabel Terikat (Dependen) (Y): Minat beli (Y)

Tabel 3. 2. Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Indikator Skala Item
Minat Beli (Sari & Salmah, 2020)	1. Minat Transaksional	<ul style="list-style-type: none"> - Saya memiliki keinginan kuat untuk melakukan pembelian produk ini dalam waktu dekat. - Saya berencana untuk segera melakukan transaksi pembelian produk ini setelah mempertimbangkan semua faktor.
	2. Minat Referensi	<ul style="list-style-type: none"> - Saya dengan senang hati merekomendasikan produk ini kepada teman atau keluarga. - Berdasarkan pengalaman pribadi saya, saya yakin produk ini layak direkomendasikan.

	3. Minat Preferensial	<ul style="list-style-type: none"> - Produk ini selalu menjadi pilihan utama saya dibandingkan produk sejenis lainnya. - Saya jarang berpindah ke merek lain karena sudah percaya pada produk ini.
	4. Minat Eksploratif	<ul style="list-style-type: none"> - Saya sering mencari informasi tambahan mengenai keunggulan produk ini. - Sebelum membeli produk ini, saya biasa menggali informasi dari berbagai sumber.
Harga (F. Anggraini & Budiarti, 2020)	1. Keterjangkauan Harga	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa harga produk ini masih bisa dijangkau oleh berbagai kalangan. - Produk ini memiliki harga yang relatif terjangkau bagi saya
	2. Kesesuaian Harga dengan kualitas Produk	<ul style="list-style-type: none"> - Harga produk ini sesuai dengan kualitas yang saya terima.

		<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa puas karena kualitas produk ini sepadan dengan harganya.
	3. Daya Saing Harga	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa harga produk ini lebih baik dibandingkan kompetitor sejenis. - Produk ini menawarkan harga yang menarik dibandingkan dengan merek lain.
	4. Kesesuaian Harga dengan manfaat	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa manfaat yang saya dapatkan dari produk ini sesuai dengan harganya. - Harga produk ini sepadan dengan nilai guna yang saya rasakan.
Kualitas Produk (Yonatan, 2023)	1. Kinerja	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa produk ini memberikan performa yang memuaskan. - Produk ini bekerja secara optimal sesuai dengan tujuan penggunaannya.
	2. Daya Tahan	<ul style="list-style-type: none"> - Produk ini tetap berfungsi dengan

		<p>baik meskipun digunakan dalam waktu lama.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saya tidak khawatir produk ini cepat rusak setelah pemakaian berulang.
	3. Keandalan	<ul style="list-style-type: none"> - Produk ini jarang mengalami gangguan atau kerusakan saat digunakan. - Produk ini bekerja dengan stabil setiap kali saya menggunakannya.
	4. Fitur	<ul style="list-style-type: none"> - Fitur-fitur yang ditawarkan membuat produk ini lebih menarik dibandingkan produk lain. - Saya merasa puas dengan berbagai keunggulan yang ada dalam produk ini.
	5. Estetika	<ul style="list-style-type: none"> - Desain produk ini terlihat modern dan menarik perhatian. - Saya merasa kualitas finishing dari produk

		ini tampak rapi dan elegan.
	6. Kemudahan Layanan	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa mudah untuk mendapatkan layanan perbaikan produk ini jika dibutuhkan. - Saya tidak mengalami kesulitan dalam mencari informasi servis produk ini.
Citra Merek (Fahrezi & Sukaesih, 2023)	1. Kekuatan	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mudah mengingat informasi harga dari produk ini. - Informasi mengenai harga produk ini sudah melekat dalam ingatan saya.
	2. Kesukaan	<ul style="list-style-type: none"> - Saya menyukai merek ini karena harga dan manfaat yang ditawarkan seimbang. - Saya percaya bahwa harga produk ini sesuai dengan kualitas dan kebutuhan saya.
	3. Keunikan	<ul style="list-style-type: none"> - Merek ini memiliki keunggulan

		tersendiri yang membedakannya dari merek lain. - Saya menilai harga produk ini memiliki keunikan dibandingkan produk sejenis.
--	--	--

Sumber: Penelitian Terdahulu

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan krusial dalam kajian kuantitatif yang berfungsi untuk mengolah data yang telah diperoleh, sehingga dapat digunakan dalam menjawab pertanyaan penelitian serta menguji hipotesis yang telah diajukan. Dalam studi ini, menggunakan cara analisis data dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS), yang dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi terbaru *Structural Equation Modeling* (SEM), sebagaimana dijelaskan oleh (Hair et al., 2019), adalah pendekatan statistik yang memasukkan unsur kesalahan pengukuran dalam variabel yang diobservasi untuk memperkirakan bagaimana variabel-variabel tersebut saling berhubungan. Ini juga berarti bahwa tujuan utama penggunaan *Partial Least Squares* (PLS) mampu menghasilkan estimasi variabel laten yang berguna dalam memprediksi hubungan antar konstruk dalam model. Lebih lanjut, '*weight estimate*' dalam PLS digunakan untuk membentuk nilai variabel laten berdasarkan hubungan antar variabel dalam model (inner model) dan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya (outer model).

3.7. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode statistik yang digunakan untuk menganalisis dan menyajikan data dengan cara menggambarkan atau menjelaskan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti (Abdullah et al., 2022). Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data yang diperoleh dari hasil penelitian. Statistik

deskriptif digunakan terutama pada penelitian yang dilakukan terhadap seluruh populasi tanpa menggunakan teknik pengambilan sampel. Teknik ini menjadi alat yang tepat untuk menginterpretasikan data karena tidak terdapat kebutuhan untuk melakukan inferensi atau generalisasi terhadap populasi yang lebih besar. Teknik analisis statistik deskriptif mencakup pengukuran seperti rata-rata, median, modus, standar deviasi, varians, serta nilai minimum dan maksimum, yang semuanya bertujuan untuk menyajikan informasi data secara ringkas dan informatif.

3.8. Uji Measurement Model (Outer Model)

Analisis deskriptif adalah teknik analisis data dengan metode yang digunakan dalam penelitian untuk menguji keabsahan hipotesis serta menganalisis hubungan antar variabel dalam model yang telah dirancang apakah hasil penelitian yang diperoleh dari satu sampel dapat diterapkan secara umum pada populasi yang lebih besar. Analisis ini menggunakan pengujian hipotesis deskriptif dan hasilnya menunjukkan apakah temuan penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak. Analisis deskriptif melibatkan satu atau lebih variabel yang berdiri sendiri, tanpa adanya perbandingan atau perhitungan rasio antar variabel.

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu merepresentasikan secara akurat konsep atau variabel yang hendak diukur (Sugiyono, 2022). Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat validitas suatu alat ukur, semakin akurat pula alat tersebut dalam mengukur data. Sebaliknya, jika hasil uji validitas menunjukkan ketidakvalidan, Oleh karena itu, akan dilakukannya pengkajian ulang atau bahkan menghapus terhadap data pada indikator yang tidak valid, hingga pengujian validitas selanjutnya menunjukkan hasil yang memenuhi kriteria.

A. Convergent Validity

Validitas konvergen mengacu pada prinsip bahwa indikator-indikator yang mengukur konstruk yang sama seharusnya memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain. Dalam pengujian validitas

konvergen untuk indikator reflektif, nilai *loading factor* setiap indikator pada konstruknya menjadi acuan. Berdasarkan Ghozali (2015),

- a. nilai *loading factor* yang dianggap baik adalah di atas 0.70, sedangkan nilai antara 0.6 hingga 0.7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat konfirmatori. Selain itu,
- b. nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap konstruk juga harus minimal 0.5 atau lebih besar untuk menunjukkan validitas konvergen yang baik.

B. *Discriminat Validity*

Prinsip dari validitas diskriminan adalah bahwa pengukuran dari konstruk-konstruk berbeda yang seharusnya tidak saling berkorelasi secara signifikan. Nilai ini, yang dikenal sebagai nilai *cross loading*, merupakan indikator penting untuk mengevaluasi apakah suatu konstruk memiliki validitas diskriminan yang memadai. Langkah ini dilakukan dengan membandingkan nilai *loading* dari suatu indikator terhadap konstruk yang dimaksud dengan nilai *loading* indikator tersebut pada konstruk lain. Menurut (Hair et al., 2019), untuk menunjukkan validitas diskriminan yang baik, nilai *loading* suatu indikator pada konstruk target harus lebih tinggi dibandingkan nilai *loading*nya pada konstruk-konstruk lain.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Hamid & Anwar (2019), Tujuan uji reliabilitas adalah untuk menunjukkan bahwa instrumen penelitian konsisten, akurat, dan tepat dalam mengukur konstruk dengan indikator reflektif. Mereka juga menyatakan bahwa aturan umum (*Rule of Thumb*) untuk menilai reliabilitas suatu konstruk adalah nilai *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0.60-0.70. Lebih lanjut, Hamid & Anwar (2019) menyarankan bahwa *Composite Reliability* lebih baik digunakan dari pada *Cronbach's Alpha* yang digunakan untuk menguji nilai konstruk yang cenderung

rendah (*under estimate*), hal itu *Composite Reliability* dapat memberikan hasil yang lebih mendekati asumsi bahwa perkiraan tolak ukur itu benar.

3.9. Uji Structural Model (Inner model)

Uji R-Square adalah pengujian yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi (*R-Square*), semakin besar proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen, dan sebaliknya.

Tabel 3.3. Kriteria kelayakan model

Kriteria	Rule of Thumb
<i>R-Square (R²)</i>	R Square adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Nilai R square sebesar 0,75 (kuat), 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah).
<i>f-Square (f²)</i>	F Square dapat mengukur efek pada variabel laten terhadap variabel lainnya. Nilai f square efek sebesar 0,35 (besar), 0,15 (sedang), dan 0,02 (kecil).
<i>Predictive relevance (Q²)</i>	Q2 > 0 menunjukkan model memiliki relevansi dan jika Q2 < 0 menunjukkan kurang memiliki prediktif relevansi

3.10. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan bootstrapping pada SmartPLS untuk memperoleh nilai t-statistic dan p-value. Hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai $t > 1,96$ untuk tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan nilai $p < 0,05$. Uji ini dilakukan terhadap setiap hubungan antar variabel dalam model untuk mengetahui apakah hubungan yang diduga memiliki pengaruh secara statistik. Dengan demikian, pengujian hipotesis akan memberikan gambaran apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen sesuai dengan arah hubungan yang diajukan dalam model penelitian.