

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif ini, filsafat positivisme melihat fenomena yang akan diteliti sebagai hubungan yang dapat diklasifikasikan, relative tetap, konkrit, dapat diamati, dan dapat diukur dengan sebab akibat. Hipotesis penelitian menunjukkan hubungan antara variabel yang mungkin atau mungkin tidak dipengaruhi oleh variabel lain, serta antara dua variabel terpisah. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari responden sampel penelitian (Harahap 2020).

3.2 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan *unknown populatin* karena merujuk pada situasi di mana ukuran populasi tidak diketahui dan objek penelitian menjadi suatu fokus dengan fenomena yang dapat dipelajari sehingga menjadi suatu manfaat. Dalam proses melakukan penelitian, hal pertama yang perlu diperhatikan adalah subjek penelitian. Objek penelitian adalah masalah yang akan diteliti untuk memecahkan. Tahap pertama dari melakukan penelitian adalah menjelaskan objek penelitian. Tahap ini melibatkan perumusan masalah untuk menentukan subjek penelitian yang akan dipelajari. Setelah itu, langkah berikutnya adalah mencari informasi untuk mendapatkan data yang diperlukan, termasuk lokasi dan waktu yang diperlukan untuk penelitian (Bruno, 2019)

Pada penelitian ini, objek penelitian yang dipilih untuk diteliti adalah perusahaan *fashion* yaitu Erigo. Dimana Erigo ini salah satu yang berkembang di dunia *fashion* dan Erigo ini merupakan produk lokal yang pastinya memiliki citra merek, harga, dan juga kualitas produk yang baik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Handayani, (2018) wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya manusia tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Populasi dalam penelitian ini merupakan orang atau masyarakat yang sudah membeli produk Erigo.

3.3.2 Sampel

Menurut Handayani, (2018) sampel merupakan sebagian dari populasi dalam hal jumlah dan karakteristik, atau sebagian kecil dari populasi yang diambil dengan cara tertentu untuk mewakili populasinya. Dalam melakukan pengambilan sampel penelitian ini, peneliti tidak dapat mengambil seluruh populasi karena adanya keterbatasan waktu dan juga fisik. Menurut Sugiono, (2018) Teknik *Purposive Sampling* dimana teknik tersebut digunakan dalam penelitian ini dan peneliti memberikan karakteristik kepada responden dan terdapat beberapa kriteria dalam teknik penelitian tersebut yaitu pernah membeli produk Erigo minimal satu kali pembelian dan pernah memakai produk Erigo. Dalam pengumpulan data ini menggunakan *unknown population* yang berlokasi jabodetabek dan teknik menghitung sampel menggunakan perhitungan (Purwanto, 2021)

Menurut Hair, (2014) masalah pengukuran sampel peneliti biasanya tidak menganalisis faktor sampel yang kurang dari 50 pengamatan dikarenakan peneliti biasanya menginginkan jumlah ukuran sampelnya harus 100 atau lebih besar dan dalam aturan tersebut, peneliti setidaknya memiliki lima kali lebih banyak dalam melakukan pengamatan yang didasari oleh total dari hasil variable yang ingin dianalisis. Dimana terdapat ukuran sampel yang bisa diterima adalah 10:1 dalam setiap variabel yang ada.

Berdasarkan dari jumlah indikator yang ada, terdapat 16 indikator, sehingga jika menggunakan rumus yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah ;

Sampel = jumlah indikator x 7

$$= 16 \times 7$$

$$= 112$$

Maka dapat ditentukan bahwa, sampel maupun responden yang digunakan berjumlah 112 responden,

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data pendekatan kuantitatif dan peneliti menggunakan metode *explanatory survey*, dimana peneliti menggunakan data primer sebagai sumber data. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui observasi, wawancara, kuisioner, dan metode lainnya (Sari, 2022).

Skala yang digunakan yaitu skala *likert* dengan skor 1 sampai 4 jika semakin besar skor yang digunakan menandakan bahwa konsumen semakin setuju dengan pernyataan yang di pilih oleh peneliti. Berikut merupakan tabel skala *likert*. Tabel 3. 1 Skala Likert

1	2	3	4
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

3.5 Definisi Operasional

Menurut Hufron, (2022) adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan atribut yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran yang cermat terhadap suatu objek atau fenomena.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Item
Citra Merek (X1)	Merek terkenal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek Erigo sangat dikenal oleh masyarakat khususnya bagi kalangan anak muda 2. Erigo merupakan merek lokal yang populer saat ini
	Reputasi merek baik	<ol style="list-style-type: none"> 3. Erigo memiliki reputasi yang baik di mata konsumen 4. Erigo memberikan pelayanan yang baik bagi konsumennya
	Daya tarik	<ol style="list-style-type: none"> 5. Menurut saya Erigo sangat menarik karena memiliki beragam jenis produk 6. Menurut saya Erigo memiliki kesan berkelas jika dipakai
	Kestiaan	<ol style="list-style-type: none"> 7. Saya setia menggunakan produk Erigo karena kualitas dan harga yang sesuai 8. Erigo memiliki citra merek yang baik dimata pelanggan
Harga (X2)	Keterjangkauan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan pada Erigo terjangkau 2. Harga pada Erigo sesuai dengan kantong kalangan muda
	Kesesuaian harag dengan kualitas produk	<ol style="list-style-type: none"> 3. Harga yang diberikan oleh Erigo sesuai dengan kualitas 4. Harga pada Erigo sesuai dengan bahan yang digunakan
	Daya saing harga	<ol style="list-style-type: none"> 5. Harga pada Erigo dapat bersaing dengan merek lain 6. Harga Erigo lebih murah dengan merek lain

	Potongan harga	<ol style="list-style-type: none"> 7. Erigo memberikan diskon kepada konsumen 8. Diskon yang diberikan Erigo sangat menguntungkan bagi para konsumennya
--	----------------	---

Kualitas Produk (X3)	Ketahanan produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Erigo memiliki daya tahan yang baik (tidak luntur) 2. Erigo menggunakan bahan yang berkualitas sehingga produk erigo tahan lama
	Keandalan produk	<ol style="list-style-type: none"> 3. Saya merasa harga dan kualitas pada produk Erigo sesuai 4. Meskipun harga Erigo tidak semahal merek lain namun Erigo memiliki kualitas yang sama dengan merek lain
	Kenyamanan Pakaian	<ol style="list-style-type: none"> 5. Produk Erigo nyaman pada saat digunakan 6. Bahan yang digunakan pada Erigo tidak membuat badan merasa gerah sehingga konsumen nyaman saat memakai Produk Erigo
	Bahan Pakaian Memuaskan	<ol style="list-style-type: none"> 7. Erigo ini memiliki bahan sesuai dengan kondisi iklim di Indonesia 8. Saya puas menggunakan produk erigo karena bahan yang digunakan sesuai dengan apa yang saya harapkan
Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen tanpa ragu membeli produk Erigo karena kualitas dan harganya sesuai 2. Menurut saya Erigo memberikan produk yang baik bagi konsumennya

	Membeli Tanpa Pertimbangan	<p>3. Erigo memberikan kualitas produk yang baik sehingga konsumen tidak ragu membeli produk tersebut</p> <p>4. Saya membeli produk Erigo tanpa melihat produk baju lainnya</p>
	Melakukan Pembelian	<p>5. Saya sering melakukan pembelian pada produk Erigo</p>
		<p>6. Saya membeli produk erigo karena citra produk dan kualitasnya sesuai dengan apa yang saya harapkan</p>
	Memberikan Rekomendasi Pada Orang Lain	<p>7. Saya merekomendasi Produk Erigo kepada teman ataupun kerabat karena produk Erigo mempunyai bahan yang berkualitas</p> <p>8. Saya puas menggunakan produk Erigo sehingga saya ingin merekomendasikan kepada orang lain</p>

3.6 Teknik Analisis Data

Di bagian ini, langkah-langkah yang digunakan untuk menguji instrumen, analisis data, dan pengujian hipotesis di penelitian selanjutnya dijelaskan. Analisis data adalah proses menyusun, mengkategorikan, dan mencari pola atau tema untuk menemukan maknanya. Tujuan analisis data adalah untuk menyamakan data yang sama dan membedakan data yang berbeda, serta menyisihkan data yang serupa tetapi berbeda. Untuk teknis datanya, penelitian ini menggunakan pemodelan persamaan struktural (Structural Equation Modelling) atau SEM berbasis Partial Least Square (PLS). SEM adalah metode bantuan atau berbasis varian untuk memperkirakan model persamaan struktural yang menggunakan total varian yang dikenal sebagai variabel laten endogen (Hair 2014).

Menurut Furadantin, (2018) Software SMART-PLS digunakan untuk mengevaluasi adanya hubungan tidaknya antar dua variabel atau lebih variabel

laten atau faktor yang berkontribusi secara multivariate. Ini dilakukan tanpa memerlukan multikolinieritas antara variabel eksogen dalam sampel yang lebih kecil (kurang dari 100). PLS digunakan untuk menghasilkan nilai variabel laten, atau nilai prediksi, untuk tujuan prediksi. Prediksi berat untuk menghasilkan komponen skor variabel laten didasarkan pada spesifikasi model dalam dan luar.

3.7 Uji Measurement Model (Outer Model)

Analisis outer model atau analisis measurement model ini bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas alat ukur dalam model penelitian. Model pengukuran dapat dilihat dari nilai Convergent Validity (Validitas konvergensi), Discriminant Validity (validitas diskriminan) dan composite reliability (reabilitas komposit) sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas menentukan validitas alat ukur dan validitas berkaitan dengan bagaimana suatu perubahan mengukur nilai yang seharusnya diukur. Validitas penelitian menunjukkan seberapa tepat alat penelitian terhadap data yang diukur dan Uji validitas digunakan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaannya mampu mengungkapkan apa yang dimaksudkan untuk diukur (Raharjo 2021).

A. Convergent Validity

Convergent validity adalah ukuran seberapa besar korelasi yang ada antara konstruk dan variabel laten. Ada kemungkinan bahwa validitas konvergensi ini dikaitkan dengan gagasan bahwa ukuran yang diambil untuk setiap indikator konstruk memiliki tingkat korelasi yang tinggi. Nilai *loading factor* untuk setiap indikator konstruk dapat dilihat dengan menggunakan *Rule of Thumb*, yang menentukan bahwa nilai validitas konvergensi harus lebih dari 0.70 berdasarkan nilai *loading factor*, sementara nilainya harus antara 0,6 dan 0,7 untuk penelitian yang bersifat *konfirmasi* serta dalam penilaian *average variance extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0.5 (Ghozali, 2015).

B. Discriminant Validity

Discriminant validity ini terjadi jika adanya dua alat yang berbeda digunakan untuk mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi masing-masing menghasilkan skor yang tidak berkorelasi, validitas diskriminatif dari model reflektif diuji dengan cross-loading. Selanjutnya, nilai AVE dengan kuadrat dari nilai korelasi antar konstruk dan akar kuadrat AVE dengan korelasi antar konstruk dibandingkan. Nilai akar AVE harus lebih besar daripada korelasi antara konstruk satu sama lain atau kuadrat korelasi antara konstruk. Nilai AVE juga harus lebih besar dari kuadrat korelasi antara konstruk (Haryono 2017).

2. Uji Reabilitas

Menurut Tambun, (2022) dalam penelitian, uji reabilitas digunakan untuk mendapatkan data yang dapat diandalkan atau dapat diandalkan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika masalah yang sama diukur dua kali atau lebih dengan alat ukur yang sama, hasilnya tetap konsisten dan tidak berubah. Oleh karena itu, alat pengukur dapat dianggap andal jika memberikan hasil yang sama bahkan setelah pengukuran berulang.

Dua metode, Cronbach's alpha dan composite reability, dapat digunakan untuk menguji reabilitas PLS-SEM :

1. Composite Reability digunakan untuk menghitung nilai konstruk yang sebenarnya. Composite Reability lebih baik untuk menghitung konsistensi internal konstruk, sehingga pengujian ini dapat menghasilkan hasil yang baik atau dapat diterima jika nilai composite reability dalam penelitian ini di atas 0,7.
2. Nilai croanbach alfa digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reabilitas suatu kongsruk dan memastikan nilai reabilitas komposit. Hasil uji ini dapat dianggap baik atau realibel jika nilai croanbach alpha dalam penelitian ini di atas 0,7.

3.8 Uji Structural Model (*Inner Model*)

Untuk memastikan bahwa model struktur yang dirangkai dapat diandalkan dan akurat, analisis internal model atau analisis struktur model dapat dilakukan (Haryono, 2015)

1. Uji Koefisien Determinasi (Uji *R-Square*)

Uji R-Square adalah cara untuk mengetahui kekuatan variabel independen yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasi, semakin baik variabel bebas menjelaskan perubahan, dan sebaliknya

3.9 Pengujian Hipotesis

Model struktural memprediksi hubungan kausalitas variabel laten. Dimulai dengan melihat nilai R-Squares untuk kekuatan konstruk yang dijelaskan oleh model untuk setiap variabel laten endogen, Dalam menilai model struktur dengan Smart PLS. Untuk mengetahui pengaruh antar variabel, koefisien determinan (R^2) konstruk endogen dianalisis pada model struktural, dan nilai f^2 adalah 0,02, 0,15, dan 0,35, yang mewakili 30 untuk definisi operasional regresi berganda (Tambun, 2022)