

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Sebuah penelitian perlu mengidentifikasi dengan tepat jenis penelitiannya yang sesuai dengan permasalahan yang dibahas. Hal ini memiliki pengaruh besar dalam penelitian karena ketika peneliti menetapkan jenis penelitian, hal tersebut dapat membantu memberikan pandangan yang jelas terhadap solusi yang dicapai serta memastikan pencapaian hasil optimal atau valid dalam penelitian tersebut. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif di mana responden diberikan kuesioner untuk diisi untuk mengumpulkan data. Dibandingkan dengan metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif sering melibatkan penyelidikan masalah dengan ruang lingkup yang lebih besar dan variasi yang lebih kompleks. Penelitian kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang terstruktur terhadap variabel-variabel dan fenomena beserta dengan hubungannya, dengan tujuan untuk merumuskan serta menggunakan model matematis, teori, dan hipotesis yang terkait dengan fenomena yang ada (Hardani et al., 2020, P.240).

Paradigma kuantitatif, yang sering disebut sebagai paradigma tradisional, positivis, eksperimen, atau empiris, mengacu pada pendekatan penelitian yang memfokuskan pada pengujian teori-teori dengan pengukuran variabel yang dapat diukur dengan alat atau instrumen penelitian. Dengan demikian, data yang terkumpul berbentuk angka yang dapat dianalisis dengan berbagai prosedur statistik yang tersedia (Amruddin et al. 2022, P.6). Metode ini melibatkan analisis data yang diolah sesuai dengan prosedur statistik untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antar variabel dalam konteks penelitian tersebut. Maka, dengan metode penelitian yang digunakan, peneliti ingin mengkaji lebih jauh tentang hubungan antara negara asal, getok tular elektronik, citra merek dan minat beli.

3.2 Objek Penelitian

Dalam melakukan penelitian, menetapkan objek yang akan diteliti merupakan langkah krusial. Objek penelitian menjadi fokus utama dari penelitian tersebut. Selain itu, objek penelitian berperan penting dalam menetapkan cakupan penelitian, mengidentifikasi jenis data yang relevan untuk dikumpulkan, serta membantu dalam merumuskan hipotesis dan teori yang terkait dengan fenomena yang sedang diamati. Berbagai bentuk objek penelitian dapat ditemui, mulai dari individu, objek materi, produk, organisasi, proses, hingga konsep atau peristiwa tertentu (Hardani et al., 2020, P.303).

Dalam konteks penelitian ini, peneliti memilih untuk memfokuskan kajian pada minat beli terhadap produk Sepatu Adidas. Dengan menetapkan objek penelitian ini, peneliti dapat mendalami aspek-aspek yang relevan terkait minat beli konsumen terhadap merek tersebut. Peneliti ingin mengeksplorasi lebih jauh terkait pengaruh negara asal dan getok tular elektronik terhadap minat beli sepatu Adidas yang dimediasi oleh citra merek. Peneliti menggunakan variabel negara asal (X1) dan getok tular elektronik (X2) sebagai variabel independen, dan minat beli (Y) sebagai variabel dependen dan citra merek (Z) sebagai variabel mediasi.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Sekumpulan objek yang diteliti dalam mempelajari dan mengumpulkan data darinya disebut populasi (Hardani et al., 2020, P.303). Populasi dalam penelitian mengacu pada kelompok individu, objek atau entitas yang peneliti tertarik untuk mempelajari atau mengumpulkan data darinya. Ruang lingkup populasi lebih dari sekedar representatif numerik dari subjek atau objek yang diteliti, tetapi juga merangkum seluruh atribut dan sifat yang ada pada subjek dan objek tersebut (Sihotang et al., 2023, P.87). Dalam menentukan populasi peneliti harus berfokus pada satu atau lebih karakteristik atau sifat dari objek. Populasi penelitian dapat memiliki karakteristik yang beragam, seperti jenis

kelamin, usia, latar belakang pendidikan, lokasi geografis, pekerjaan, atau kriteria spesifik yang sesuai dengan topik penelitian. Dalam riset ini, populasi yang diterapkan yaitu individu yang memiliki minat beli terhadap sepatu Adidas.

3.3.2 Sampel

Sampel penelitian tidak akan pernah terlepas dari populasi penelitian, sebagian kecil dari populasi yang dipilih secara cermat dan mewakilkan populasi yang lebih besar untuk menjadi fokus dalam penelitian disebut sampel (Hanafiah et al., 2020, P.81). Dalam penelitian kuantitatif, tujuan pengambilan sampel adalah untuk menarik kesimpulan dalam memperluas temuan sampel tersebut ke seluruh populasi. Kualitas sampel yang baik adalah yang mampu memberikan gambaran yang akurat tentang populasi agar hasil penelitian dapat diaplikasikan dengan tepat. Proses pemilihan sampel harus dilakukan dengan hati-hati, memperhatikan berbagai aspek seperti jumlah, metode, dan teknik pengumpulan data agar hasil penelitian sesuai dengan yang diharapkan. Pengambilan sampel biasanya dilakukan secara purposive rasional, yakni dengan memilih sampel berdasarkan pertimbangan logis (*logical*) atau tujuan tertentu (*purposive sampling*) (Hardani et al., 2020, P.20).

Dalam riset ini, peneliti menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Setiap komponen atau anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel ketika menggunakan pengambilan sampel non-probability (Pasaribu et al., 2022, P.55). Pemilihan teknik ini diambil karena adanya keterbatasan akses dalam mencari populasi dengan karakteristik tertentu yang sesuai dengan fenomena. *Purposive sampling* adalah sebuah proses dalam memilih sampel penelitian yang sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian (Pasaribu et al., 2022, P.56). Peneliti memilih metode *Purposive sampling*

karena metode ini memungkinkan peneliti untuk memilih sampel yang memenuhi kriteria yang relevan dengan topik penelitian. Berikut adalah kriteria atau karakteristik dari sampel penelitian ini:

1. Pengguna media sosial
2. Berusia lebih dari 17 tahun
3. Pernah membeli atau mengunjungi online atau offline store Adidas

Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini mengikuti rumus (Hair et al., 2022), yang disarankan untuk situasi dimana populasi tidak diketahui. Rumus tersebut menyarankan penggunaan rentang ukuran sampel antara 5 – 10, yang kemudian dikalikan dengan jumlah indikator dari variabel, di dalam penelitian ini terdapat 19 indikator. Dengan demikian, rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\ &= 19 \times 10 \\ &= 190\end{aligned}$$

Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa jumlah sampel atau populasi yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah 190 responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses atau teknik yang digunakan dalam mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan untuk dianalisis lebih lanjut dalam sebuah penelitian. Sumber data penelitian ini adalah bersumber dari data primer, yang mana hasil dari pengumpulan data dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya untuk dilakukan proses analisis. Dalam hal ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai sebuah alat dalam mengumpulkan data untuk keperluan penelitian (Sihotang et al., 2023, P.99).

Metode kuesioner dianggap sebagai cara yang efisien untuk mengumpulkan data ketika peneliti memiliki pemahaman yang tepat tentang variabel yang akan dievaluasi dan dapat mengantisipasi bagaimana responden mungkin merespons. Kuesioner akan berisi serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mengukur variabel-variabel yang relevan dengan penelitian. Kuesioner penelitian ini nantinya akan disebarluaskan kepada individu yang pernah atau ingin membeli sepatu Adidas secara *online* maupun *offline* dengan usia minimal 17 tahun dengan menggunakan formulir *online* untuk memudahkan survey.

3.5 Skala Pengukuran Data

Dalam riset ini peneliti, menggunakan jenis kuesioner dengan pertanyaan tertutup karena hal ini memudahkan peneliti dalam mengukur respons dari responden serta mengurangi ambiguitas dalam interpretasi jawaban. Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang menyediakan opsi jawaban yang telah ditetapkan dan memungkinkan responden untuk memilih opsi yang paling sesuai dengan pandangan atau pengalaman mereka (Sihotang et al., 2023, P.100). Selain menggunakan pertanyaan tertutup, peneliti juga menggunakan teknik skala *likert* untuk menilai sejauh mana kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pertanyaan yang diajukan, dengan memberikan rentang pilihan yang tersusun secara bertingkat. Dengan *skala likert* ini, responden diminta untuk menjawab kuesioner dengan menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan (Hanafiah et al., 2020, P.113). Biasanya pengukuran dengan *skala likert* memiliki tingkatan nilai dari terendah ke tertinggi (Taluke et al., 2019), adapun bobot nilai dari *skala likert* adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Likert

No.	Jawaban	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	4
2	S	Setuju	3
3	TS	Tidak Setuju	2

4	STS	Sangat Tidak Setuju	1
---	-----	---------------------	---

Sumber: Hasil olah peneliti (2024)

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang disusun oleh peneliti untuk mengartikan makna istilah yang relevan dengan penelitian, dengan tujuan untuk menyesuaikan persepsi antara peneliti dan individu-individu yang terlibat dalam penelitian tersebut (Pasaribu et al., 2022, P.67). Definisi operasional dibuat dengan tujuan mempermudah pengumpulan data, mengurangi perbedaan interpretasi, serta menetapkan batasan terhadap variabel, dengan memasukan variabel kunci yang dapat diukur secara praktis dan dapat dipertanggungjawabkan sumbernya.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Negara Asal (X1) (Prastiwi & Rachmawati 2022),	Negara asal merupakan bentuk persepsi konsumen atas produk dari sebuah negara tertentu.	<i>Country Beliefs</i> (Keyakinan terhadap negara)	1. Tingkat Kemajuan Teknologi	Likert
		<i>People Affect</i> (Keyakinan terhadap orang-orang di negara tersebut)	1. Jenis Produk 2. Kualitas Produk	
		<i>Desired Interaction</i> (Keinginan berinteraksi dengan negara tersebut)	1. Prestige atau Gengsi 2. Citra Negara Maju	
Getok Tular Elektronik (X2)	Getok tular elektronik adalah mengacu kepada berbagai pendapat, rekomendasi, dan pengalaman tentang	<i>Intensity</i>	1. Volume pesan 2. Konsistensi pesan	Likert
		<i>Valence of opinion</i>	1. Valensi pesan	

(Dyego & Oktavianti, 2020)	produk atau layanan melalui platform online.	<i>Content</i>	1. Kehadiran pesan online 2. Kredibilitas sumber	
Citra Merek (I) (Meithiana Indrasari 2019:100)	Citra merek adalah representasi dari seluruh informasi yang tersedia tentang produk, layanan, dan perusahaan yang terkait dengan merek tersebut.	<i>Recognition</i> (Pengenalan)	1. Identitas merek	<i>Likert</i>
		<i>Reputation</i> (Reputasi)	1. Kepribadian merek	
		<i>Affinity</i> (Daya tarik)	1. Asosiasi merek 2. Keunggulan dan manfaat	
		<i>Loyalty</i> (Kesetiaan)	1. Sikap dan perilaku merek	
Minat Beli (Y) (Novianti & Saputra, 2023)	Minat beli adalah perilaku di mana seseorang memiliki kesenangan terhadap suatu barang, menuntunnya untuk melakukan upaya besar untuk mendapatkannya	Minat transaksional	1. Keinginan untuk membeli	<i>Likert</i>
		Minat preferensial	1. Memiliki preferensi Utama	
		Minat referensial	1. Keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain	
		Minat eksploratif	1. Keinginan untuk mengetahui	

Sumber: Hasil olah peneliti (2024)

3.7 Metode Analisis Data

Analisis data *Partial Least Square* (PLS) digunakan dalam penelitian ini. PLS adalah metode yang dapat digunakan sebagai pengganti *structural equation modeling*, atau SEM. Saat menilai data menggunakan model persamaan struktural (SEM), PLS-SEM merupakan teknik alternatif untuk SEM berbasis kovarian (CB-SEM) (Rahardi et al., 2023). Peneliti menggunakan teknik analisis PLS-SEM karena dalam penelitian ini memiliki beberapa variabel dengan bentuk model struktural yang kompleks dan ingin menguji hipotesis terkait hubungan antar variabel-variabel. Dalam riset ini, peneliti memakai *software* bernama

SmartPLS versi 4 untuk melakukan analisis data. Peneliti banyak menggunakan SmartPLS untuk mengevaluasi kinerja metode PLS-SEM dalam penelitian merek dengan menggunakan perangkat lunak yang mudah digunakan. Dalam SEM, suatu model diuji kualitas pengukurannya (*Measurement Model*) dan Keterkaitan antar variabel (*Structural Model*) (Rahardi et al., 2023).

3.7.1 Uji *Measurement Model* (*Outer Model*)

Uji *measurement model* atau *outer model* adalah sebuah metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel dan indikatornya. Tujuan utama dari model ini adalah untuk mengukur tingkat keandalan dan kevalidan variabel yang sedang diselidiki. Dalam proses ini, yang menjadi tolak ukur perhitungan terhadap relevansi variabel dan indikatornya adalah uji validitas dan uji reliabilitas pada setiap variabel yang akan diteliti.

1. Uji Validitas

Pengujian validitas merupakan suatu langkah dalam mengevaluasi sejauh mana alat pengukuran benar-benar mencerminkan konsep yang sedang diukur. Evaluasi validitas mampu membantu dalam mengukur keakuratan alat pengukuran tersebut dalam menggambarkan konsep yang diteliti (Rahardi et al., 2023).

a. Validitas konvergen

Validitas konvergen memiliki keterkaitan prinsip jika ukuran dari konstruk harus memiliki tolak ukur yang tinggi. Validitas konvergen adalah sebuah pengukuran kualitas indikator yang berupa pertanyaan-pertanyaan (Kock, 2020). Validitas konvergen tercapai saat setiap elemen dalam model pengukuran secara signifikan berdampak secara statistik. Menurut pandangan Hair et al., (2022), mengetahui validitas tiap indikator dapat diketahui melalui dua nilai yaitu:

1) *Outer Loading*

Hasil yang diperlukan untuk mencapai valid pada tiap indikator perlu memperhatikan nilai *outer loading* dengan nilai $> 0,7$ untuk mencapai validitas (Hair et al., 2022).

2) *Average Variance Extracted (AVE)*

Hasil yang diperlukan untuk mencapai valid pada tiap indikator perlu memperhatikan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dengan nilai harus sama dengan atau lebih besar dari $0,5$ untuk mencapai validitas.

b. Validitas diskriminan

Validitas diskriminan mampu menunjukkan hasil apakah tes yang dirancang untuk mengukur konstruk tertentu tidak berkorelasi dengan tes yang mengukur konstruk yang berbeda. Validitas diskriminan tercapai saat model pengukuran tidak terpengaruh oleh keberadaan item yang berlebihan. Pengujian validitas diskriminan ini dapat diketahui melalui perbandingan nilai *cross loading*. Apabila indikatornya memiliki nilai *cross loading* lebih besar dari $0,6 - 0,7$ (Hair et al., 2022).

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas mengukur tingkat konsistensi kuesioner, yang merupakan indikator variabel yang akan dipelajari. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk menentukan sejauh mana model dapat secara andal mengelola konstruksi laten yang dimaksud. Menurut pandangan Hair et al., (2022), mengetahui hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat melalui dua nilai yaitu:

1) *Composite Reliability (CR)*

Hasil yang diperlukan untuk mengukur seberapa baik variabel mendasari konstruk yang disajikan dalam model persamaan struktural adalah nilai *composite reliability* $0,6-0,7$ dapat diterima namun bersifat eksplorasi, sementara jika hasil *composite reliability* bernilai antara $0,7 - 0,9$ maka, dapat dianggap memuaskan.

2) *Consistency Reliability*

Hasil yang diperlukan untuk mengukur seberapa baik variabel mendasari konstruk yang disajikan dalam model persamaan struktural adalah nilai *cronbach alpha* harus sama dengan 0,7 atau lebih tinggi

3.7.2 Uji *Structural Model (Inner Model)*

Prosedur analitik yang disebut uji *Uji structural model*, sering dikenal sebagai *inner model*, digunakan untuk menginterpretasi hubungan antara variabel laten yang membentuk model. Tujuan utama dari model ini adalah untuk menilai tingkat presisi prediksi dan kemampuan model untuk menjelaskan fluktuasi dalam variabel dependen. Dalam proses ini, dilakukan perhitungan nilai R-square untuk mengevaluasi kecukupan model dalam menjelaskan variasi, serta nilai Q-square untuk mengukur presisi prediksi model.

1. Uji R-Square (R^2)

Koefisien determinasi, yang juga dikenal sebagai R-Squared (R^2), adalah ukuran statistik yang bertujuan untuk menentukan berapa banyak variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan atau diprediksi oleh variabel independen. Nilai R-Squared dapat memberikan indikasi tentang keberadaan laten eksogen. Rentang nilai R-Squared biasanya antara 0 dan 1, Model yang kuat dilambangkan dengan nilai 0,75, model moderat dengan nilai 0,50, dan model yang buruk dengan nilai 0,25 (Hair et al., 2022).

2. Uji Q-Square (Q^2)

Q-square (Q^2) merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengevaluasi ketepatan model dengan membandingkan prediksi model terhadap nilai sebenarnya dari data yang tidak digunakan saat proses pengembangan model. Ketika nilai Q-square > 0 , ini mengindikasikan bahwa model memiliki tingkat relevansi prediktif signifikan. Sebaliknya, jika nilai Q-square < 0 , hal ini menunjukkan

bahwa odell memiliki tingkat relevansi prediktif yang rendah atau bahkan tidak relevan (Hair et al., 2022).

3. Uji F-Square (F^2)

Pengujian F-square (f^2) merupakan suatu metode yang dilakukan untuk menghitung seberapa besar pengaruh dari variabel laten independen terhadap variabel laten dependen dengan menggunakan *effect size*. Nilai f-square sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 dapat diinterpretasikan bahwa variabel laten independen mempunyai pengaruh yang lemah, medium, atau besar pada variabel laten dependen (Hair et al., 2022).

4. Uji *Goodness of Fit* (GoF)

Pengujian Goodness of Fit (GoF) merupakan pengujian yang bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar tingkatan kelayakan dan ketepatan suatu model secara keseluruhan dari model pengukuran dan model struktural. Nilai GoF diperoleh dari akar pangkat dua dari rata-rata indeks komunalitas dikalikan dengan nilai rata-rata model R^2 . Nilai GoF memiliki rentang anatar 0 hingga 1 dengan interpretasi nilai 0,10 termasuk tingkat (GoF Kecil), 0,25 (GoF sedang), dan 0,36 (GoF besar) (Hair et al., 2022).

3.8 Metode Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan proses evaluasi untuk melihat bagaimana suatu hipotesis dapat ditolak atau diterima, dengan mempertimbangkan karakteristik sampel yang direpresentasikan oleh parameter populasi. Hipotesis yang bersifat positif disebut dengan H_1 , pasangan hipotesis yang bersifat negatif atau pernyataan tidak memiliki hubungan, pengaruh atau perbedaan antara parameter dengan statistik disebut H_0 (Pasaribu et al., 2022). Penilaian ini terlihat melalui nilai koefisien jalur, statistik t, dan nilai p. Jika koefisien jalur positif, menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel; sedangkan jika negatif, menandakan hubungan negatif. Apabila nilai statistik t melebihi 1.96 (>1.96) dan nilai p kurang

dari 0.05 ($<0,05$), hal tersebut mengindikasikan bahwa koefisien memiliki signifikansi statistik yang tinggi dan dapat diandalkan (Hair et al., 2022).

