

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian mengacu pada proses berurutan yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data dalam suatu studi. Dengan menggunakan metode yang tepat, peneliti dapat mengurangi bias, meminimalkan kesalahan, dan memastikan keandalan hasil penelitian. Dalam konteks penelitian ini, peneliti memilih pendekatan kuantitatif untuk memenuhi persyaratan ilmiah yang diperlukan. Hal ini mencakup sifat yang konkret, berdasarkan pengalaman nyata, obyektif, dapat diukur, didasarkan pada logika, sistematis, dan terstruktur (Balaka, 2022).

Metode kuantitatif juga dikenal sebagai metode tradisional, positivistik, atau ilmiah. Istilah "metode tradisional" digunakan karena metode ini telah lama digunakan dan menjadi sebuah tradisi dalam penelitian. Pemakaian "metode positivistik" merujuk pada dasar filosofis positivisme yang mendasarinya (Hardani et al, 2022). Dengan menerapkan pendekatan ini, penelitian biasanya didasarkan pada aspek ilmiah yang mengutamakan fakta dan data empiris. Pendekatan ini telah menjadi bagian dari sejarah penelitian, menjadi suatu metode klasik yang terus digunakan dalam berbagai bidang penelitian selama bertahun-tahun.

Dalam penelitian kuantitatif ini, peneliti memanfaatkan metode survei untuk menghimpun data. Menurut Yusuf (2017), data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif atau dapat dikuantifikasikan melalui perhitungan atau pengukuran. Ini berarti bahwa jenis data yang akan dikumpulkan dan responden yang akan dihubungi telah ditentukan sebelum pelaksanaan penelitian di lapangan. Penelitian survei adalah jenis penelitian yang menggunakan kuesioner atau angket sebagai instrumen utama. Metode ini dapat diterapkan pada populasi baik besar maupun kecil. Sampel yang diambil dari populasi menyediakan data yang memungkinkan peneliti untuk menganalisis frekuensi kejadian, distribusi, dan hubungan antara berbagai variabel (Purwanza et al., 2022). Data dapat diperoleh dari dua sumber utama, yaitu melalui pengumpulan data secara langsung (sumber primer) dan dari sumber yang sudah ada sebelumnya (sumber sekunder). Data primer adalah

informasi yang langsung diperoleh oleh peneliti melalui survei dan pengisian kuesioner. Sedangkan data sekunder adalah informasi yang telah ada sebelumnya, diambil dari sumber tidak langsung seperti buku di perpustakaan, publikasi, artikel, dan jurnal yang tersedia secara online.

3.2 Objek Penelitian

Dalam proses penelitian, penting untuk mengidentifikasi objek yang akan diteliti. Objek penelitian ini merupakan target ilmiah yang bertujuan untuk memperoleh data yang relevan sesuai dengan keperluan peneliti, dengan cakupan yang objektif, valid, dan dapat dipercaya, terutama dalam variabel yang telah ditetapkan secara spesifik. Objek penelitian adalah target utama yang akan dipelajari untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. (Sugiyono, 2017). Objek penelitian dapat berupa orang, benda, transaksi, atau kejadian (Priadana & Sunarsi, 2021). Penelitian ini melibatkan objek penelitian berupa pelanggan yang memutuskan untuk membeli sepatu New Balance. Objek penelitian ini menitikberatkan pada pengaruh dari dua variabel utama, yaitu Gaya Hidup, dan Trend dengan dimediasi oleh Preferensi Konsumen terhadap niat pembelian ulang konsumen.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi mengacu pada seluruh elemen yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian, mencakup aspek-aspek yang akan diukur. Populasi ini mencakup sekelompok unit yang akan diteliti, yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik atau kapasitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis hingga memperoleh kesimpulan (Sugiyono, 2017).

Populasi merujuk pada keseluruhan elemen yang akan diteliti, di mana setiap elemen memiliki kriteria yang sama, baik itu individu dari kelompok tertentu, peristiwa, atau faktor lain yang akan dianalisis (Handayani, 2020). Penelitian ini menggunakan populasi yaitu konsumen sepatu New Balance yang masuk kriteria

Generasi Z yaitu yang lahir pada tahun 1997 – 2012 dan bertempat tinggal di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi dimana merupakan individu yang telah membeli dan menggunakan sepatu New Balance setidaknya 1 kali.

3.3.2 Sampel

Sampel dalam konteks penelitian mengacu pada sebagian tertentu dari keseluruhan populasi yang dipilih untuk menjadi sumber data. Sampel ini diambil untuk mewakili karakteristik dan jumlah yang ada dalam populasi secara keseluruhan.. Menurut Sihotang (2023) sampel merupakan bagian dari populasi yang akan digunakan untuk merepresentasikan apa yang menjadi subjek ukurnya. Pengambilan sampel dilakukan karena mempertimbangkan keterbatasan sumber daya keuangan, waktu, dan tenaga. Dengan menggunakan sampel, penelitian dapat mempertahankan representativitasnya, sehingga memungkinkan untuk membuat generalisasi yang relevan terhadap seluruh populasi. Pemilihan sampel juga membantu mengatasi tantangan yang seringkali timbul dalam penelitian dengan populasi yang besar.

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan metode pemilihan sampel non-probabilitas. Metode ini tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap individu dalam populasi untuk dipilih sebagai bagian dari sampel. Adapun jenis yang digunakan adalah purposive sampling yaitu pengambilan sampel yang didalamnya meliputi kriteria berdasarkan pertimbangan peneliti tentang populasi yang telah ditetapkan sebagai subjek ukur dalam penelitian ini

Menurut Sugiyono (2017), *purposive sampling* adalah metode penentuan sampel yang mempertimbangkan relevansi data. Teknik ini dilakukan berdasarkan karakteristik populasi yang sesuai dengan konteks penelitian saat ini. Dalam penelitian ini, digunakan teknik *purposive sampling* yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Responden adalah konsumen yang telah melakukan pembelian produk sepatu New Balance.
2. Responden adalah Generasi Z yaitu yang berumur 12 – 27 tahun.
3. Responden berdomisili di Jabodetabek.

Dikarenakan total populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, mengacu pada Hair J et al. (2014) sebuah ukuran sampel yang optimal perlu

sebanyak 100 atau lebih. jumlah sampel minimum yang dihitung sebagai 10 kali jumlah item yang diukur. Penelitian ini menggunakan 13 item indikator, sehingga jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah 130.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memanfaatkan kuesioner dengan pengambilan data secara primer yang di mana ini merupakan metode yang sesuai pada pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan penyampaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh respons dari mereka. Melalui kuesioner, peneliti dapat memperoleh data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh responden. Kuesioner memberikan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi tertulis dari partisipan, memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel-variabel tertentu sesuai dengan pertanyaan yang disusun dalam kuesioner tersebut.

Kuesioner akan menggunakan Google Form sebagai *platform* yang kemudian diberikan kepada responden yang telah atau pernah membeli produk sepatu dari New Balance dengan cara online melalui tautan yang terhubung ke Google Form tersebut yang diunggah di media sosial peneliti, seperti WhatsApp dan Instagram. Pemilihan ini dilakukan agar responden dapat dengan mudah dan efisien mengisi kuesioner. Dengan menggunakan Google Form, responden dapat mengakses kuesioner secara online, mengisi jawaban dengan nyaman, dan mengirimkannya langsung. Penggunaan teknologi ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi responden serta mempermudah proses pengumpulan dan analisis data selanjutnya.

Skala yang digunakan yaitu skala likert dengan skor 1 sampai 5 yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi jawaban dari responden. Semakin tinggi nilai yang diberikan, menunjukkan bahwa konsumen semakin menyetujui pernyataan yang diajukan oleh peneliti. Setelahnya akan disusun dengan menggunakan indikasi sebagai titik skala untuk mengetahui sejauh mana tingkat persetujuan dan ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan dalam instrumen penelitian. Bagian evaluasi merupakan daftar tanggapan yang melibatkan rentang dari “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” (Hardani et al, 2022).

Tabel 3.1 Scoring pada Skala Likert

No	Opsi Jawaban	Singkatan	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Hasil Oleh Peneliti (2024)

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah pendekatan praktis yang digunakan untuk menggambarkan suatu variabel dengan mengacu pada ciri-ciri yang dapat diukur atau diamati. Metode ini memungkinkan peneliti untuk secara tepat mengamati dan mengukur objek penelitian. Definisi operasional sangat membantu dalam menjelaskan variabel penelitian secara spesifik dan terukur, berdasarkan hasil penelitian (Nurdin & Hartati, 2019).

Penelitian ini memiliki 3 (tiga) macam variabel yang digunakan:

1. Variabel Independen (X): Gaya Hidup (X1), Trend (X2)
2. Variabel Mediasi: Preferensi Konsumen (Z)
3. Variabel Dependen: Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
Gaya Hidup (X1)	Gaya hidup adalah cara di mana pelanggan mengalokasikan dana dan waktu yang mereka miliki. (Sinambela	<i>Activity</i>	1. Saya memilih untuk membeli sepatu merek New Balance dalam kegiatan sehari-hari. 2. Saya memilih untuk membeli sepatu New Balance

	& Widyawati, 2021)		untuk meningkatkan penampilan sehari-hari saya.
		<i>Interest</i>	3. Saya membeli sepatu New Balance karena saya minat. 4. Saya membeli sepatu New Balance saat ini sedang diminati oleh banyak orang.
		<i>Opinion</i>	5. Saya membeli sepatu New Balance merupakan sepatu yang nyaman dan <i>stylish</i> . 6. Saya membeli Sepatu New Balance karena dapat menunjang penampilan <i>fashion</i> saya.
Trend (X2)	Tren merupakan segala sesuatu yang sedang dibicarakan dan bahkan disukai oleh sebagian besar masyarakat	Perkembangan Zaman	1. Saya menggunakan sepatu New Balance karena tidak ingin ketinggalan zaman. 2. Saya menggunakan sepatu New Balance untuk mengikuti

	(Swastika et al., 2021)		perkembangan <i>fashion</i> .
		Pengekspresian Diri	<p>3. Saya membeli sepatu New Balance karena modelnya memungkinkan saya untuk mengekspresikan diri dan gaya hidup saya dengan lebih baik.</p> <p>4. Saat membeli sepatu, saya selalu mencari model New Balance yang dapat mencerminkan kepribadian dan gaya hidup saya.</p>
		Dapat Diterima Berbagai Kalangan	<p>5. Saya membeli sepatu New Balance karena mengikuti orang-orang.</p> <p>6. Saya membeli sepatu New Balance untuk berbaur dengan masyarakat.</p>

Preferensi Konsumen		Karakter produk yang berbeda dari produk yang lain.	<p>1. Saya membeli sepatu New Balance karena produk-produknya memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan merek sepatu lainnya.</p> <p>2. Saya membeli sepatu New Balance karena memiliki daya tarik tersendiri.</p>
		Sesuai dengan kualitas.	<p>3. Saya membeli sepatu dari merek New Balance karena kualitas produknya yang sesuai dengan yang saya inginkan.</p> <p>4. Kualitas produk New Balance memenuhi standar yang saya cari dalam sebuah sepatu, sehingga saya lebih memilih untuk membeli produk dari merek ini.</p>

		Design yang menarik.	<p>5. Saya memilih untuk membeli sepatu New Balance karena mereka menawarkan desain yang menarik dan sesuai dengan selera saya.</p> <p>6. Saya lebih condong untuk membeli sepatu New Balance karena mereka selalu menghadirkan desain yang menarik dan sesuai dengan gaya hidup saya.</p>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen membuat keputusan untuk membeli dengan menggabungkan pengetahuan mereka guna memilih antara dua atau lebih alternatif produk yang	Kemantapan Pembelian	<p>1. Saya merasa sangat yakin bahwa membeli sepatu merek New Balance adalah keputusan yang tepat bagi saya.</p> <p>2. Saya memiliki keyakinan yang kuat bahwa membeli sepatu New Balance adalah keputusan yang tepat berdasarkan preferensi dan kebutuhan saya.</p>

	tersedia. (Irwansyah, 2021)	Membeli tanpa pertimbangan	<p>3. Saya membeli sepatu New Balance tanpa mempertimbangkan merek atau model lainnya.</p> <p>4. Saya tidak perlu mempertimbangkan merek atau model lain ketika membeli sepatu, karena saya yakin dengan kualitas sepatu New Balance.</p>
		Melakukan Pembelian	<p>5. Saya telah memutuskan untuk membeli sepatu New Balance sebagai pilihan saya dalam beberapa pembelian sepatu terakhir.</p> <p>6. Saya memiliki pengalaman positif dalam melakukan pembelian sepatu New Balance.</p>
		Memberikan rekomendasi pada orang lain	<p>7. Saya telah memberikan rekomendasi kepada beberapa orang untuk membeli sepatu New Balance karena saya yakin mereka akan</p>

			<p>puas dengan produk tersebut.</p> <p>8. Saya akan merekomendasikan sepatu New Balance kepada teman atau keluarga yang membutuhkan sepatu baru.</p>
--	--	--	--

Sumber: Olahan Data Peneliti (2024)

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisir, mengelompokkan, dan mencari pola atau tema untuk mengungkapkan makna dari data. Tujuan dari analisis data adalah untuk mengelompokkan data yang serupa, membedakan data yang berbeda, dan mengidentifikasi data yang mirip tetapi memiliki perbedaan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) yang diterapkan dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS. *Partial Least Squares* (PLS) adalah metode statistik multivariat yang memungkinkan untuk membandingkan beberapa variabel dependen dan independen secara simultan. PLS, sebagai bagian dari metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang menggunakan pendekatan varian, dirancang untuk menyelesaikan tantangan dalam regresi berganda, terutama saat data memiliki kendala tertentu seperti sampel penelitian yang terbatas, kehilangan data, dan multikolinieritas. Di bidang penelitian sosial, bisnis, dan sistem informasi, PLS-SEM menjadi relevan karena minat peneliti terhadap hubungan yang non-linear semakin meningkat. Penggunaan alat seperti PLS ini juga dapat mendukung mahasiswa dalam menentukan desain penelitian dan teknik analisis, terutama dalam menggunakan statistika sebagai sarana untuk menjawab pertanyaan atau masalah dalam penelitian mereka. Keunggulan dari PLS-SEM adalah kemampuannya dalam mengatasi tantangan terkait dengan jumlah sampel yang terbatas dan distribusi data yang tidak normal, sehingga menjadi pilihan alternatif bagi metode analisis SEM konvensional (Purwanto & Sudargini, 2021).

Software PLS yang digunakan adalah SmartPLS 3. Menurut Hair et al. (2023) SEM adalah teknik analisis multivariat yang menggabungkan elemen-elemen dari analisis regresi dan analisis faktor, memungkinkan evaluasi hubungan antara variabel laten secara bersamaan. Peneliti mengevaluasi hubungan antara variabel laten dan indikator (*outer model*) yang fokusnya adalah pada pengujian validitas dan reliabilitas. Evaluasi *outer model* terdapat uji validitas dan reliabilitas, sedangkan *Inner model* menggunakan R^2 dan uji signifikansi antar variabel laten dalam *inner model* (Hamid & Anwar, 2019).

3.7 Evaluasi *Outer Model*

Analisis *Outer model* adalah model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Analisis *outer model* bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas alat ukur dalam model penelitian. Melalui pengujian yang tepat terhadap *outer model*, peneliti dapat mengevaluasi keakuratan pengukuran variabel laten dan memastikan bahwa variabel tersebut diukur dengan efektif menggunakan indikator yang telah dipilih. Dalam proses evaluasi *outer model*, terdiri dari 2 aspek yang diperiksa, yaitu uji validitas dan reliabilitas.

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah metode yang digunakan untuk menilai seberapa baik sebuah instrumen pengukuran dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas prosedur pengukuran merujuk pada sejauh mana suatu proses pengukuran dapat mengukur variabel yang dimaksud dengan tepat, sesuai dengan tujuan pengukuran, serta menjamin bahwa reliabilitasnya konsisten dalam menghasilkan hasil pengukuran yang sama dari waktu ke waktu (Gravetter & Forzano, 2018). Uji validitas mencakup dua jenis uji, yaitu uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan.

1) Uji Validitas Konvergen

Convergent validity mengukur sejauh mana korelasi antara konstruk dan variabel laten. Pada tahap ini, ada dua kriteria yang harus dievaluasi: nilai *loading factor* harus lebih dari 0,6 dan nilai *average variance extracted* (AVE) harus lebih besar atau sama dengan 0,5 (Hamid & Anwar, 2019).

2) Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan mengacu pada kemampuan untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan untuk mengukur konstruk yang berbeda tidak saling berkorelasi secara signifikan. Ini dapat dilihat dari *nilai cross-loading* dari variabel-variabel yang terlibat, di mana setiap variabel harus memiliki nilai yang lebih rendah dari 0,7 untuk memastikan validitas diskriminan yang tepat. (Hamid & Anwar, 2019). Salah satu cara lain untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari varians yang dijelaskan (AVE) dari masing-masing konstruk dengan nilai korelasi antara konstruk-konstruk yang ada dalam model.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk membuktikan bahwa alat pengukuran yang digunakan konsisten, akurat, dan tepat dalam mengukur suatu konstruk. Menurut Tambun et al. (2022) dalam penelitian, uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan data yang dapat diandalkan. Ini menunjukkan bahwa jika masalah yang sama diukur beberapa kali menggunakan alat ukur yang sama, hasilnya akan tetap stabil dan konsisten. Maka dari itu, alat pengukur dianggap dapat diandalkan jika hasilnya konsisten meskipun pengukuran dilakukan secara berulang.

Dalam PLS-SEM, terdapat dua metode untuk menguji reliabilitas yaitu *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Composite reliability* harus mencapai nilai 0.7, sementara *Cronbach's alpha* juga harus mencapai nilai 0.7 agar variabel dapat dianggap reliabel.

3.8 Uji Inner Model

Inner model atau model struktural berguna untuk menggambarkan hubungan kausal variabel laten yang didasarkan pada substansi teori. Estimasi koefisien jalur dari inner model digunakan untuk menguji keabsahan dan keandalan konstruk melalui uji validitas konvergen dan diskriminan. (Hair et al., 2023).

1) *R-square* (R^2)

Koefisien determinasi *R-Square* digunakan untuk menilai seberapa baik model mampu menjelaskan variasi dalam variabel endogen. Sebagai contoh, nilai *R-*

Square sebesar 0,75 menandakan penjelasan yang kuat, 0,50 menunjukkan penjelasan yang moderat, dan 0,25 menunjukkan penjelasan yang lemah.

2) F^2 (*Effect Size*)

F-square digunakan untuk mengukur besarnya efek dari variabel laten terhadap variabel lainnya. Sebagai contoh, nilai *F-square* sebesar 0,35 menandakan efek yang besar, 0,15 menunjukkan efek yang sedang, dan 0,02 menunjukkan efek yang kecil.

3) Q^2 (*Predictive Relevance*)

$Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai *predictive relevance* dan jika $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa kurang memiliki *predictive relevance*.

3.9 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis melibatkan serangkaian langkah untuk mengevaluasi apakah pernyataan atau hipotesis dalam penelitian dapat diterima atau ditolak berdasarkan data sampel yang digunakan. Dalam PLS-SEM, proses ini mencakup pengecekan signifikansi koefisien jalur, nilai *R-square*, dan *Q-square*. Penilaian signifikansi koefisien jalur dalam model struktural menggunakan nilai t-statistik, di mana nilai yang dianggap signifikan adalah lebih besar dari 1,96 ($p < 0,05$) atau 2,58 ($p < 0,01$), sesuai dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, seperti 5% atau 1% (Hair et al., 2023).