

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode analisis yang dipakai yaitu analisis teknik survey dengan membagikan survei guna mengumpulkan informasi partisipan sebelum membuat sampel penelitian dan menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut (Irfan Syahroni, 2022) penelitian kuantitatif melibatkan pendekatan utama dalam menjelajahi hubungan sebab-akibat, keterkaitan variable, merumuskan hipotesis dan pertanyaan yang lebih terperinci, serta memanfaatkan pengukuran, observasi, dan pengujian teori. Paradigma kuantitatif menitikberatkan dalam pengujian teori menggunakan perhitungan variable analisis dengan mengaplikasikan langkah-langkah penghitungan statistik. Analisis disini mengaplikasikan pendekatan logis yang ditujukan dalam uji hipotesis.

Dengan demikian, peneliti memilih untuk menggunakan metode survei dengan mengumpulkan data menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk memperoleh respon orang-orang yang nantinya dijadikan sampel pada analisis (Kalangi et al., 2019).

3.2 Objek Penelitian

Analisis bisa diperinci dan diperluas untuk menjadi lebih jelas dan kompleks, hingga dihasilkan untuk lebih terfokus pada objek yang diteliti. Dengan mempertimbangkan tujuan analisis yang sudah diterapkan, analisis memiliki tujuan kepada calon konsumen yang tertarik dan memiliki minat beli terhadap hunian *Transpark Bintaro*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi atau kumpulan berlandaskan analisis (Minarti, 2020) merupakan domain umum meliputi objek maupun subjek, mempunyai ciri serta karakteristik secara spesifik yang diputuskan dari peneliti guna dikaji serta digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.

Maka dari itu, penting untuk menetapkan dengan jelas populasi yang akan diteliti yang terkait dengan identitas, lokasi, waktu, ciri-ciri, dan jumlah populasi tersebut (Roffline et al., 2021). Populasi pada penelitian ini yaitu calon konsumen yang tertarik atau memiliki minat untuk membeli produk *Transpark Bintaro* dan tinggal di wilayah Tangerang Selatan. Pemilihan populasi tersebut dikarenakan calon konsumen yang tinggal di Tangerang Selatan memiliki akses yang lebih mudah dan cepat ke lokasi *Transpark Bintaro*. Kedekatan geografis ini meningkatkan ketertarikan dan mempertimbangkan untuk membeli hunian di *Transpark Bintaro*. Penelitian berfokus pada wilayah Tangerang Selatan dapat lebih relevan karena kondisi dan kebutuhan penduduk di wilayah tersebut bisa berbeda dari wilayah lainnya. Ini memungkinkan penelitian untuk lebih akurat menggambarkan minat beli dan faktor-faktor yang mempengaruhinya di konteks yang spesifik yaitu *Urban Lifestyle* dan *Brand Image*.

3.3.2 Sampel

Sugiono menyampaikan pada penelitian (Pratiwi, 2022) Sampel adalah salah satu dari banyaknya sifat-sifat dari populasi tersebut. Dengan demikian, periset wajib akurat dalam menetapkan ukuran sampel. Pada analisis disini menggunakan pendekatan *purposive sampling* dengan menggunakan pendekatan pemungutan sample berbentuk *non probability sampling*. Cara *purposive sampling* adalah pendekatan untuk menentukan sampel, mempertimbangkan faktor-faktor khusus sehingga memperoleh hasil data dan *representative* atau bisa disebut kompeten untuk mewakili keseluruhan populasi yang ditetapkan. Jika sampel berasal dari kelompok yang serupa tidak selalu memiliki sifat yang serupa pada peristiwa yang sedang diteliti.

Pada penelitian ini, memiliki tiga variable *Independen* (bebas) yaitu *Urban Lifestyle*, dalam variable ini mempunyai 3 (tiga) indikator yaitu aktivitas, minat serta opini. Variable *dependen* (terpaut) yaitu Minat Beli, variable ini memiliki 3 (tiga) indikator yaitu proses pembelian, pencarian informasi dan pemilihan penyalur. Variable *intervening* atau variable mediasi yaitu *Brand Image* yang memiliki 6 (enam) indikator berikut Identitas Merek, Kepribadian Merek, Asosiasi

Merek, Responsibilitas Merek, Sikap ataupun Perilaku Merek, serta Manfaat juga Kompetensi Merek.

Mengenai skala sampel, peneliti umumnya tidak mempertimbangkan aspek sampel apabila tidak mencapai 50 pengamatan, serta lebih condong merekomendasikan bahwa skala sampel harus mencapai sekitar 100 bahkan lebih besar. Secara keseluruhan, peneliti menginginkan jumlah pengamatan yang setidaknya lima kali lebih banyak daripada jumlah variable yang diteliti, dengan rasio yaitu 10:1 dapat diterima untuk setiap variable (Hair, 2019). Berikut kriteria-kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel:

1. Berlokasi di Tangerang Selatan, dengan membatasi sampel pada wilayah ini, peneliti dapat mengurangi keragaman yang disebabkan oleh perbedaan geografis, sosial, dan ekonomi yang signifikan antara wilayah yang berbeda yang diharapkan penelitian dapat lebih akurat dan relevan.
2. Mengetahui lokasi *Transpark* Bintaro.
3. Mengetahui media sosial *Transpark* Bintaro seperti *Instagram* dan *Google Maps*.

Berdasarkan dari banyaknya indikator dalam analisis, yaitu mempunyai 12 indikator. Oleh karena itu, metode yang dipakai guna menentukan keseluruhan sampel pada analisis yaitu:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Total Indikator} \times 10 \\ &= 12 \times 10 \\ &= 120\end{aligned}$$

Kesimpulannya adalah banyaknya partisipan yang digunakan sebanyak 120 orang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Studi disini memakai data primer untuk disatukan yaitu membagikan survei secara online memakai platform media sosial semacam *Instagram* maupun *Whatsapp*. Menurut Apriani, (2022) data primer mengacu dari data yang dicapai tanpa perantara melalui asal informasi, selanjutnya perhatikan kemudian tercatat dalam pertama kalinya. Data Primer didapat melalui berbagai metode, seperti observasi, penyebaran kuesioner, dan wawancara. Peneliti bisa memperoleh data

langsung untuk penelitian memakai skala Likert, yang berkisar mulai 1 hingga 4, yang mencakup rentang sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Pada studi disini, penulis memakai empat tingkatan nilai pengukuran. Skala nilai pengukuran berkisar mulai 1 hingga 4, berikut opsi tanggapannya: sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), serta sangat tidak setuju (STS), lalu masing-masing tanggapan diberikan poin seperti:

Tabel 3. 1 Kategori Jawaban Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional variable merupakan penentuan makna, spesifikasi, dan operasionalisasi yang memungkinkan pengukuran variable yang ditetapkan (Soekotjo & Astuti, 2020). Terdapat 3 (tiga) jenis variable yang dipakai pada penelitian, adalah:

1. Variable Bebas (*Independent Variable*), variable ini bisa memengaruhi variable lain. *Independen Variable* pada penelitian ini adalah *Urban Lifestyle*.
2. Variable Mediasi (*Intervening Variable*), merupakan variable yang bisa memengaruhi keterkaitan variable bebas (*variable independent* maupun terikat (*dependent*) sehingga dijadikan keterkaitan secara tidak langsung yang berada di antara ke-2 variable itu. Variable perantara pada analisis disini yaitu *Brand Image*.
3. Variable Terikat (*Dependent Variable*), adalah variable yang bisa terdampak karena variable lain baik variable bebas maupun penghubung. Variable terikat dalam analisis disini yaitu minat beli.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variable	Indikator	Asal
<i>Urban Lifestyle</i> (X)	1. Aktivitas 2. Minat	(Minarti, 2020)

	3. Opini	
Minat Beli (Y)	1. Proses Pembelian 2. Pencarian Informasi 3. Pemilihan Penyalur	(Marwan, 2024)
Brand Image(Z)	1. Identitas Merek 2. Kepribadian Merek 3. Asosiasi Merek 4. Responsibilitas Merek 5. Sikap dan Perilaku Merek 6. Manfaat dan Kompetensi Merek.	(Agisnawati, 2021)

Sumber: (Olah Data Peneliti, 2024)

3.6 Teknik Analisis Data

Jika data yang diperoleh sudah lengkap, maka tahap selanjutnya adalah menganalisis. Analisis pada studi yaitu kuantitatif yang berfungsi untuk pengujian hipotesis yang sudah dibuat. Studi ini menerapkan pemetaan data memakai *Partial Least Square* (PLS) mengaplikasikan alat *SmartPLS* versi 4.0, yang juga dikenal sebagai PLS-SEM.

Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) adalah cara analisis statistik multivariat guna dipakai menginspeksi dampak langsung maupun tidak langsung dari sesuatu variable laten. Menurut (Purwanto, 2021) dengan pemakaian teknik PLS-SEM, Lebih praktis mengevaluasi struktur yang rumit serta banyaknya pembuatan, variable indicator, dan kerangka struktural tidak perlu bergantung pada distribusi data.

Penelitian ini, menganalisis data mengandalkan metode statistik, dengan dua jenis statistik yang dipakai adalah statistik deskriptif dan inferensial. Studi statistik

deskriptif memiliki tujuan guna mengeksplorasi distribusi frekuensi hasil pada survei jika telah diisi oleh responden. Data digunakan dalam analisis deskriptif asalnya dari item-item kuesioner yang sudah dibagikan. Data ini dikelompokkan dalam statistik deskriptif untuk mengidentifikasi karakteristik responden, seperti nama, jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Menurut (Pratiwi, 2022) Statistik inferensial merupakan metode statistik yang diterapkan dalam memperhitungkan data sampel, serta kesimpulan yang diperoleh dari analisis tersebut akan diberlakukan secara umum untuk populasi dari mana sampel diambil.

Dalam PLS SEM, ada 2 tahap peninjauan model adalah model dalam serta model luar. Tahap peninjauan model penilaian (model luar) melibatkan uji validitas serta reliabilitas. Lalu, ada tahap ke-2, model struktural (*inner model*). Selanjutnya, ada yang dijadikan kriteria pada studi model struktural (*inner model*), angka *R-Square* dipakai guna memperhitungkan beragam perbaikan variable bebas pada variable bergantung, angka *R-Square* 0.75, 0.50, serta 0.25 dibuktikan jika model tangguh, sedang, hingga rendah. Selanjutnya, ada evaluasi signifikansi yang dipakai (*two-tailed*) *t-value* 1,65 (10%), 1,96 (5%), serta 2,58 (1%) (Hamid, 2019). Demikian pula, terdapat evaluasi *Q-Square* yang menilai relevansi prediktif, yakni kemampuan model dalam memprediksi pada indikator konstruk laten endogen.

3.7 Uji Measurement Model (Outer Model)

Pada studi disini, proses mengevaluasi meliputi tahap *outer model* atau analisis model pengukuran. Tahap uji mencakup pengujian instrumen dengan dilakukan validitas dan reliabilitas kuesioner bertujuan memverifikasi bahwa indikator-indikator tersebut memiliki validitas serta reliabilitas yang memadai untuk analisis lebih lanjut.

3.7.1 Uji Validitas

Amanda, (2019), menyampaikan uji validitas yaitu metode kegunaan memperlihatkan seberapa baik alat ukur digunakan saat mengevaluasi pernyataan melalui kuesioner, dapat menilai apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Semakin tinggi tingkat validitas yang terukur, semakin tepat alat pengukur yang dipakai untuk mengumpulkan data. Apabila terdapat ketidakvalidan, langkah yang perlu dilakukan adalah memperbaiki atau menghapus informasi dalam indikator

studi sampai pada uji validitas selanjutnya, berlandaskan temuan yang diperoleh, kuesioner menjadi tepat. Ada dua tipe validitas yang terdapat dalam validitas (Hamid, 2019), yakni:

a. *Convergent Validity*

Validitas konvergen mencerminkan gagasan bahwa setiap pengukuran pada setiap konstruk harus terdapat korelasi tinggi. Uji validitas indikator menyoroti validitas konvergen dievaluasi melalui faktor pemuatan untuk setiap indikator konstruk. Menurut aturan praktis, nilai faktor pemuatan harus melebihi 0,70 untuk penilaian validitas konvergen, sedangkan untuk penelitian konfirmatori nilai tersebut berkisar antara 0,6 hingga 0,7. Angka bagian pemeriksaan *Average Variance Extracted* bisa diinginkan apabila angka indikator $>0,50$ (Arikunto, 2019).

b. *Internal Consistency Reliability*

Bagian pemeriksaan guna menghitung angka dapat terbagi jadi 2, adalah: *Composite Reliability (CR)* serta *Cronbach's Alpha (CA)*. Jika *Cronbach's Alpha* $>0,60$ dapat dikatakan terpercaya. Namun, apabila *Composite Reliability* $>0,70$ (Arikunto, 2019).

c. *Discriminant Validity*

Validitas Diskriminan adalah angka *cross-loading*, digunakan guna mengevaluasi sejauh mana konstruk terdapat kemampuan untuk membedakan antara satu sama lain dalam memeriksa angka muatan ke konstruk yang ditargetkan wajib lebih tinggi daripada muatan pada konstruk lainnya. Dengan kata lain, nilai dari setiap indikator harus melebihi nilai dari indikator lainnya (Hair, 2019). Apabila Validitas diskriminan memadai, tercermin pada radikal dua AVE yang jauh lebih tinggi dibanding koneksi diantara rancangan pada model.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas, variable dimanfaatkan pada studi guna memperoleh informasi yang dapat diandalkan atau dipercaya. Ini mengukur seberapa jauh temuan perhitungan akan stabil serta tidak berubah saat diulang memakai alat perhitungan yang sama pada kondisi serupa. Dengan demikian, variable dianggap reliabel jika mendapatkan hasil konsisten walaupun diukur berulang kali (Amanda, 2019).

Uji reliabilitas bertujuan dalam menegaskan konsistensi, ketepatan, serta keandalan variable pada tahap mengukur konstruk dengan variable yang merefleksikan. Kriteria umum untuk menilai reliabilitas suatu konstruk adalah bahwa nilai Komposit Reliability diharuskan melebihi 0,60 hingga 0,70. Meskipun *Cronbach's Alpha* umumnya dipakai guna pengujian konstruk yang memiliki nilai minim, disarankan untuk menggunakan Komposit Reliability karena menyerahkan temuan yang lebih mengikuti praduga sehingga estimasi parameter tersebut akurat (Hamid, 2019).

3.8 Uji Structural Model (Inner Model)

Tahap evaluasi model dalam, juga dikenal sebagai *inner relation*, *structural model*, atau *substantive theory*, mengilustrasikan ikatan dalam variable laten berlandaskan dengan teori substantif. Model variable (*inner model*) bertujuan pada meramalkan keterkaitan sebab-akibat dalam variable laten. (Hair, 2019) menyatakan bahwa dalam model variable, analisis koefisien determinasi (R^2) dan pemeriksaan signifikansi masih merupakan langkah penting untuk memahami dampak antar variable. Tahap ini dapat dimasukkan dalam berbagai bentuk model variable. Uji model variable ini memiliki beberapa kriteria, seperti:

Tabel 3. 3 Kriteria Inner Model

Kriteria	<i>Rule of Thumb</i>
<i>R_Square</i>	<i>R_Square</i> merupakan factor penyebab dalam variable tergantung. Koefisien <i>R_Square</i> bernilai 0,75 (tinggi), 0,50 (sedang), dan 0,25 (rendah).
<i>F² (Effect size)</i>	<i>F_Square</i> adalah ukuran dari dampak variable tersembunyi pada variable lainnya. <i>F_Square</i> dengan konsekuensi setara 0,35 (<i>big</i>), 0,15 (<i>medium</i>), and 0,02 (<i>smal</i>).
<i>Q²(Predictive relevance)</i>	Q^2 lebih besar dari nol mengindikasikan model terdapat relevansi prediksi, sementara jika Q^2 tidak mecapai nol menunjukkan kurangnya relevansi prediksi.

3.9 Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, kita akan menghadapi serangkaian sampel, dan kesimpulan yang ditarik dari analisis sampel tersebut akan diterapkan pada kesimpulan yang umum, yang mencerminkan kelompok. Maka dari itu, sampel yang diputuskan wajib mencerminkan populasi secara tepat. Setiap masalah yang dihadapi cenderung memiliki dua kemungkinan jawaban, sehingga kita akan menghadapi dua jenis hipotesis (Kurdhi, n.d.). Dalam pengujian hipotesis, digunakan nilai statistik t serta angka probabilitas yang dihasilkan. Uji hipotesis memakai α senilai 5% maupun ($p\text{-value} < 0,05$), juga angka $t\text{-statistic}$ senilai 1,96. Hipotesis bisa ditetapkan dibantah atau ditolak maupun disetujui berdasarkan nilai $t\text{-statistic}$, di mana jika $t\text{-statistic} > 1,96$, sehingga hipotesis akan dibantah atau disetujui.