

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif pendekatan kausalitas. Menurut Amruddin (2022) penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur, biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian, sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik, analisis data kuantitatif/statistik memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, sedangkan kausalitas adalah jenis penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel-variabelnya. Penelitian ini akan melihat pengaruh *lifestyle*, *trust* dan *electronic word of mouth* terhadap *purchase intention* pada produk fashion Roughneck di Tiktok

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Menurut Amruddin (2022) menyatakan bahwa data primer adalah data yang berasal langsung dari objek penelitian atau responden, baik individu maupun kelompok. Data primer diperoleh dari jawaban pengisian kuesioner responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden, yaitu calon konsumen produk fashion Roughneck di Tiktok

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi lapangan (*field research*). Studi lapangan (*field research*) adalah teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. lapangan penelitian untuk

memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi pernyataan kuesioner kepada responden, yaitu calon konsumen produk fashion Roughneck di Tiktok. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran Likert

Poin	Keterangan	Kode
1	Sangat tidak setuju	STS
2	Tidak setuju	TS
3	Kurang Setuju	KS
4	Cukup Setuju	CS
5	Setuju	S
6	Sangat setuju	SS

Sumber: Amruddin (2022)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Amruddin (2022) menyatakan bahwa populasi merupakan seluruh kelompok yang akan diteliti pada cakupan wilayah dan waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti. Populasi tersebut akan menjadi sumber data penelitian. Populasi penelitian dapat dibedakan menjadi populasi dengan jumlah anggota yang sudah diketahui (finit) maupun yang jumlah anggota belum diketahui (infinit). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh calon konsumen produk fashion Roughneck di Tiktok yang belum diketahui dengan pasti jumlahnya.

3.4.2 Sampel

Amruddin (2022) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang terpilih menjadi sasaran penelitian. Dalam penelitian ini, menggunakan metode *nonprobability sampling*, yaitu pengambilan

sampel dimana tiap anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel , dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan tersebut yaitu, mengetahui produk produk fashion Roughneck di Tiktok. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui sehingga menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Hair et al (1998) yang menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5-10. Jumlah indikator yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 14 indikator, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Sampel} &= 14 \times (5-10) \\ &= 14 \times 10 \\ &= 140\end{aligned}$$

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Eksogen

Amruddin (2022) menyatakan bahwa variabel eksogen adalah setiap variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini variabel eksogen adalah *lifestyle, trust* dan *electronic word of mouth*

3.5.2 Variabel Penelitian Endogen

Amruddin (2022) menyatakan bahwa variabel endogen adalah setiap variabel yang mendapat pengaruh dari variabel lain. Dalam penelitian ini variabel endogen adalah *purchase intention*

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
<i>Lifestyle</i> (X1)	Fadjar, et al (2022) menyatakan bahwa <i>lifestyle</i> adalah seseorang dalam menjalani hidupnya termasuk dari produk apa yang mereka beli, bagaimana menggunakananya serta apa yang dipikirkan dan dirasakan setelah menggunakan produk tersebut atau <i>lifestyle</i> berhubungan dengan reaksi sesungguhnya atas pembelian yang konsumen lakukan	Gaya hidup berbelanja menggambarkan aktivitas seseorang yang menghabiskan waktu dan uang pada produk fashion Roughneck di Tiktok	1. <i>Activity</i> 2. <i>Interest</i> 3. <i>Opinion</i>	Likert
<i>Trust</i> (X2)	Rosdiana et al (2019) menyatakan bahwa <i>trust</i> konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya	Tingkat kepercayaan konsumen melakukan pembelian produk fashion Roughneck di Tiktok	1. <i>Ability</i> 2. <i>Integrity</i> 3. <i>Benevolence</i>	Likert
<i>Electronic Word Of Mouth</i> (X3)	Sinaga dan Sulistiono (2020) menyatakan bahwa <i>electronic word of mouth</i> merupakan bentuk terbaru dari <i>word of mouth</i> . <i>Electronic word of mouth</i> adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh konsumen yang menawarkan produk secara sukarela, dimana mereka menceritakan produk dan menyarankan orang lain untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk tersebut melalui media sosial.	Tanggapan konsumen mengenai produk fashion Roughneck di Tiktok	1. <i>Intensity</i> 2. <i>Positive Valence</i> 3. <i>Negative Valence</i> 4. <i>Content</i>	

<i>Purchase Intention (Y)</i>	Kotler dan Ketler dalam Fachruddin dan Anwar (2022) menyatakan bahwa <i>purchase intention</i> merupakan respon dari konsumen terhadap objek sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian	Tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian produk fashion Roughneck di Tiktok	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif	Likert
-------------------------------	--	---	---	--------

Sumber: Data Diolah, 2024

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) menggunakan program aplikasi SmartPLS. Analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda (Solling Hamid, dan M Anwar, 2019). Analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan secara bersamaan dalam model kompleks yang terdiri dari beberapa konstruksi, variabel indikator, dan jalur struktural (Rahadi, 2023). Analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) terdiri dari dua tahap evaluasi model pengukuran yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*)

3.8 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*outer model*) merupakan tahapan pertama dalam analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM), untuk menguji validitas konstruk terdiri atas (validitas konvergen dan validitas diskriminan), serta uji reliabilitas (Solling Hamid, dan M Anwar, 2019).

3.8.1 Uji Validitas Konstruk

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi

tinggi. Uji validitas indikator reflektif dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Untuk menilai validitas konvergen adalah nilai *loading factor* harus lebih dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan antara 0.6–0.7 untuk penelitian yang bersifat *exploratory*, serta nilai *average variance inflation factor* (AVE) harus lebih besar dari 0.5

2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukurpengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Cara menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif adalah dengan melihat nilai *cross loading*. Nilai ini untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0.70. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konst. Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0.70. Namun demikian, penggunaan *cronbach's alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberi nilai yang lebih rendah (*under estimate*) sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *composite reliability*.

3.9 Model Struktural (*Inner Model*)

Model pengukuran (*outer model*) merupakan tahapan kedua dalam analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM). Ada beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (*inner model*) yaitu nilai Uji *R-Square* dan uji hipotesis.

3.9.1 Uji *R-Square*

Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai *R-Square* 0.75, 0.50, dan 0.25 masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, moderate, dan lemah (Solling Hamid, dan M Anwar, 2019).

3.9.2 Uji Hipotesis

Selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Pengujian dilakukan terhadap 10 hipotesis yang diajukan. Metode *bootstrapping* digunakan untuk mendapatkan hasil nilai *t-statistic* yang akan digunakan untuk menguji setiap hipotesis. Jika nilai *t-statistic* yang dihasilkan < nilai *t-table two tailed* dan nilai *p-values* > 0,05 artinya adalah Ho diterima dan Ha ditolak, jika nilai *t-statistic* yang dihasilkan > nilai *t-table two tailed* dan nilai *p-values* < 0,05 artinya Ho ditolak dan Ha diterima.