

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Indonesia dan menyoasar para konsumen *fast fashion* yang telah melakukan pembelian produk *fast fashion*. Penelitian ini dilakukan secara daring atau online melalui survei *google form* yang disebarkan secara online oleh penulis.

2.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian kuantitatif, di mana data yang dikumpulkan berupa angka dan statistik. Penelitian Kuantitatif sebuah jenis penelitian yang didalamnya terencana dan sistematis. dan metode ini merupakan metode yang sudah cukup lama dan banyak yang menyebutnya sebagai metode konvensional, karena telah cukup lama digunakan dalam penelitian (Ali et al., 2022).

Penelitian kuantitatif merupakan analisis tentang permasalahan sosial yang menguji suatu teori dengan mengukur variabel-variabel yang terlibat. secara numerik dan menggunakan produser statistic untuk memastikan kebenaran apakah generalisasi prediktif dari teori tersebut. Penelitian ini variable-variable ditentukan berdasarkan asumsi-asumsi dan dianalisis dengan menggunakan metode penelitian yang valid khususnya dalam penelitian kuantitatif (Ali et al., 2022).

Metode penelitian ini mengubah data menjadi angka dan menganalisis hasilnya. Penelitian kuantitatif bisa berupa deskriptif, korelasional, dan asosiatif, tergantung pada hubungan antara variabel-variabel yang diamati. Penelitian kuantitatif deskriptif cenderung hanya mengukur tingkat satu variabel dalam populasi atau sampel, sedangkan penelitian korelasional dan asosiatif menguji keterkaitan antara dua variabel atau lebih. Ketika penelitian korelasional hanya menunjukkan hubungan asosiatif, upaya dilakukan untuk menemukan hubungan sebab-akibat antara variabel yang terlibat. (Ali et al., 2022).

Dengan metode kuantitatif akan menghasilkan perbedaan yang signifikan antara kelompok atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diuji menggunakan metode yang ditetapkan dalam penelitian ini.

Dari jenis masalah yang ingin diketahui, penelitian ini merupakan penelitian korelasional, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, sebagaimana yang dijelaskan oleh Margono (2005).

2.3. Populasi dan Penentuan Sampel

2.3.1. Populasi

Cooper dan Emory (1997) mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan kumpulan elemen yang dapat memberikan dasar untuk membuat kesimpulan. Sementara menurut Kunchoro (2003), populasi merujuk pada seluruh entitas yang ingin diteliti, yang bisa berupa orang, objek, transaksi, atau peristiwa.

Menurut Nazir (1999) menyatakan bahwa populasi adalah sekelompok individu yang kualitas dan karakteristiknya ditentukan. Populasi adalah kumpulan pengukuran tentang sesuatu yang dapat disimpulkan. Populasi adalah tentang data, bukan orang atau benda. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna *Fast Fashion* yang berada di Indonesia yang telah melakukan produk *fast fashion*.

2.3.2. Penentuan Sampel

Menurut Somantri (2006), menyatakan bahwa sampel adalah Sebagian kecil dari anggota suatu populasi dan diambil dengan menggunakan prosedur tertentu untuk menjamin bahwa sampel tersebut mewakili populasi. Furqon (1999), Sebagian anggota populasi disebut sampel. Pasaribu (1975), adalah Sebagian anggota kelompok (kumpulan benda) yang sampelnya dijadikan dasar untuk memperoleh informasi atau menarik kesimpulan tentang kesimpulan.

Menurut Hair et al (2021), ukuran sampel bergantung pada jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Maka dari itu, jumlah responden penelitian adalah 90 responden, jumlah indikator $(9) \times 10 = 90$. Sehingga penelitian ini menggunakan 90 sampel responden.

2.4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan penulis adalah data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2016), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dan diberikan kepada pengumpul data. Menurut Sugiyono ada pula yang berpendapat bahwa sumber, data utama adalah wawancara terhadap subjek penelitian melalui observasi langsung.

Adapun menurut Sugiyono (2016), data sekunder adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dan diberikan kepada pengumpul data ataupun peneliti. Menurut Sugiyono, ada pula yang berpendapat bahwa sumber data utama adalah wawancara terhadap subjek penelitian melalui observasi atau observasi langsung.

Dalam penelitian ini data primer dan adat sekunder diperoleh dari kuesioner yang disebabkan oleh penulis kepada para responden berupa jawaban atas pertanyaan yang berhubungan dengan variable dari penelitian dan data yang didapatkan langsung dari observasi terhadap variable penelitian (Budi Darma, 2018).

2.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

2.5.1. Definisi Operasional

Pengertian definisi operasional adalah definisi yang diberikan pada suatu variable dengan menetapkan makna atau menetapkan prosedur yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Variabel terdiri dari variable X dan variable Y.

Berdasarkan hipotesis yang telah dijelaskan maka variable – variable yang diteliti adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variable yang tidak mempengaruhi variable lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi variable bebas adalah *Brand Trust* (X).

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variable yang dipengaruhi oleh variable bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variable terikat adalah *Purchase Decision* (Y).

Tabel 2.1 Definisi Operasional

Variabel	Kode	Indikator	Sumber
<i>Brand Trust</i>	BT1	Saya merasa nyaman menggunakan Produk <i>Fast Fashion</i> dari merek ZARA, H&M, atau Uniqlo	(Pramezwarly et al., 2021)
	BT2	Saya yakin Produk <i>Fast Fashion</i> merek ZARA, H&M, atau Uniqlo	

		dapat memberikan kualitas yang baik	
	BT3	Produk <i>Fast Fashion</i> merek ZARA, H&M, atau Uniqlo dapat memenuhi harapan saya	
	BT4	Saya merasa cocok dengan Produk <i>Fast Fashion</i> merek ZARA, H&M, atau Uniqlo	
	BT5	Produk <i>Fast Fashion</i> merek ZARA, H&M, atau Uniqlo sesuai dengan <i>style</i> yang saya inginkan	
<i>Purchase Decision</i>	PD1	Saya memutuskan untuk membeli produk <i>Fast Fashion</i> merek Zara, H&M, Uniqlo karena sesuai dengan harapan saya.	(Khotimah & Soliha, 2023)
	PD2	Saya tertarik memiliki Produk <i>Fast Fashion</i> merek Zara, H&M, Uniqlo.	
	PD3	Kebutuhan saya pada Produk <i>Fast Fashion</i> merek Zara, H&M, Uniqlo tinggi.	
	PD4	Saya Bersedia merekomendasikan Produk <i>Fast Fashion</i> merek Zara, H&M, Uniqlo kepada orang lain.	

Sumber: Data diolah 2024.

2.5.2. Pengukuran Variabel

Skala pengukuran adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan sebagai pedoman untuk menentukan rentang interval yang panjangnya atau pendeknya, yang terdapat dalam sebuah instrument pengukuran, yang memberikan data kuantitatif saat melakukan pengukuran. Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengevaluasi sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu peristiwa atau fenomena sosial. Berikut adalah table skala likert:

Tabel 2.2 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1,00 - 1,80
Tidak Setuju	1,81 - 2,64
Kurang Setuju	2,65 - 3,48
Agak Setuju	3,49 - 4,32
Setuju	4,33 - 5,16
Sangat Setuju	5,17 - 6,00

Sumber: Olahdata, 2024

2.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui metode kuesioner, yang merupakan Teknik pengumpulan data yang melibatkan penyampaian sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diajukan kepada responden untuk dijawab. sebagaimana disebutkan oleh Sugiyono (2017), penelitian ini menggunakan skala likert sebagai alat pengukuran.

2.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan Teknik analisis data berupa regresi linear sederhana, yang menggambarkan hubungan antara satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Perangkat lunak yang digunakan adalah SPSS. Model analisis data yang diadopsi adalah regresi linear sederhana, yang akan dianalisis menggunakan metode sebagai berikut:

2.7.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa valid instrument penelitian yang digunakan. Pada instrumen ini, responden diminta untuk menilai setiap pertanyaan atau pernyataan. Validitas alat diukur dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh dari setiap item pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) adalah indeks yang membandingkan koefisien korelasi yang diamati dengan koefisien parsial. KMO harus melebihi nilai 0,50 agar analisis faktor dapat dilanjutkan. Uji kebulatan Bartlett digunakan untuk melakukan pengujian ketergantungan antara variabel yang menjadi indikator satu faktor. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah variabel yang dimaksud tidak saling berkorelasi dalam populasi. KMO dan Bartlett adalah instrument yang valid dan efektif. Nilai KMO yang tinggi mengindikasikan tingkat kegagalan instrument yang rendah, sementara nilai Bartlett yang rendah menunjukkan tingkat kegagalan instrument penelitian yang tinggi (Sugeng, 2014).

2.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen pengukuran yang digunakan pada kuesioner variabel yang menjadi indikator apakah survey dapat dikatakan akurat apabila jawaban responden dapat dibuktikan konsisten. Pengujian reliabilitas merupakan lanjutan dari pengujian validitas, dan data yang dimasukkan kedalam pengujian ini merupakan data yang dinyatakan valid. Tingkat reliabilitas data dapat dihitung dengan menggunakan *Cronbach Alfa*. Apabila *Cronbach Alfa* > 0,6 untuk dinyatakan reliabel atau harus lebih tinggi dari uji validitas (Sugiyono, 2018).

2.7.3. Uji Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan untuk memeriksa apakah data sampel terdistribusi sesuai model populasi. Sebelum menguji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat seperti asumsi normalitas dan heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data dapat dianggap berdistribusi normal atau tidak. Normalitas distribusi data adalah syarat penting dalam analisis regresi linier sederhana maupun berganda. Jika syarat ini tidak terpenuhi, maka hasil uji statistik dengan ukuran sampel yang terbatas tidak dapat dipercaya. Untuk mengidentifikasi residu, baik yang berdistribusi normal maupun tidak, digunakan analisis grafik dan uji statistik (Ali et al., 2022).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat ketidakmerataan varians residual pada semua observasi dalam model regresi. Dalam model regresi, bahwa pentingnya tidak ada gejala heteroskedastisitas. Salah satu metode yang digunakan untuk uji heteroskedastisitas adalah uji koefisien korelasi Spearman. Metode ini melibatkan korelasi variabel independen dengan nilai residual yang tidak distandardisasi. Jika koefisien korelasi lebih dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa tidak ada permasalahan heteroskedastisitas yang signifikan dalam model regresi tersebut (Ali et al., 2022).

2.7.4. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menilai apakah variabel bebas (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) dengan membandingkan nilai t yang dihitung dengan nilai t tabel.

Kriteria untuk uji t sebagai berikut :

- Jika nilai t yang dihitung $>$ nilai t tabel, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan pada variabel terikat.
- Jika nilai t yang dihitung $<$ nilai t tabel, maka hipotesis nol di terima, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Jika signifikan $>$ 0,05 maka hipotesis nol diterima, sementara hipotesis alternatif ditolak.

2.7.5. Uji Hipotesis

1. Uji Linier Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana menggambarkan hubungan linier antara satu variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Analisis ini bertujuan untuk memahami arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat Ketika variabel bebas mengalami perubahan.

Adapun rumus yang digunakan:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Dengan keterangan:

Y adalah Variabel terikat

X adalah Variabel bebas

α adalah Konstanta (Nilai Y apabila $X = 0$)

β adalah Koefisien regresi (mengidentifikasi pengaruh positif dan negatif)

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana hubungan parsial antara variabel X dan variabel Y. Rentang nilai R² adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang rendah menunjukkan bahwa variabel bebas memberikan informasi yang terbatas dalam memprediksi variabel dependen, di sisi lain, R² juga digunakan untuk menilai sejauh mana hubungan parsial antara variabel X dan Variabel Y. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi menggunakan adjusted R Square (R²) untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y.