BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Menurut Sugiyono (2018:49) metode *explanatory research* merupakan metode penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh yang dimaksud menjelaskan kedudukan variabel serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain dalam penelitian dengan melakukan pengujian hipotesis. Penelitian eksplanatori meliputi pengumpulan data dalam rangka pengujian hipotesis atau menjawab pertanyaan yang menyangkut keadaan pada waktu yang sedang berjalan dari pokok suatu penelitian. Penelitian yang bersifat *explanatory research* bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan, apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Penelitian ini menjelaskan menganalisis dan menjelaskan hubungan antara *fashion innovativeness*, dan *brand love* terhadap *brand loyalty* pada produk *brand clothing* lokal di Kota Malang.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada konsumen produk *brand clothing* di Kota Malang. Kota Malang dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan bertumbuhnya *brand clothing* lokal dari tahun ke tahun, pada tahun 2015 terdapat 30 produk *brand clothing* lokal (Suryamalang. Com, 2025). Beberapa universitas yang terdapat di Kota Malang disertai dengan bertambahnya mahasiswa setiap tahunnya menjadikan Kota Malang mempunyai potensi yang besar terhadap industri kreatif khususnya

pada bidang *fashion*. Potensi pasar yang besar akan minat *fashion* dibuktikan dengan diselenggarakannya *event clothing* terbesar di Indonesia seperti Kickfest dan Jackloth yang menghadirkan lebih dari 100 *brand clothing* lokal.

Peneliti memilih beberapa *clothing brand* lokal di Kota Malang sebagai obyek penelitian. Lokasi penelitian dipilih berdasarkan lama *brand clothing* lokal tersebut menjalankan bisnisnya lebih dari 2 tahun. Lama waktu yang dibutuhkan untuk memilih lokasi penelitian karena *brand clothing* lokal yang bertahan lebih dari 2 tahun diindikasikan produknya sudah banyak terjual dan mempunyai konsumen yang loyal, sehingga relevan dengan topik yang akan diteliti pada penelitian ini. Selain itu pemilihan obyek penelitian juga berdasarkan pada diferensiasi produk yang diproduksi atau dijual pada *clothing brand* lokal. Diferensiasi produk yang di jual seperti kaos, sepatu, celana, topi, dan berbagai aksesoris lainnya, hal ini dibutuhkan karena untuk membedakan *clothing brand* lokal tersebut sudah mempunyai *brand* yang kuat, sehingga konsumen membeli dan loyal pada produk *brand* dengan membeli berbagai *fashion item*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:115). Pada penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian *brand clothing* lokal di Kota Malang. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti berapa jumlah konsumen yang pernah melakukan pembelian

produk *brand clothing* lokal di Kota Malang. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*, karena besaran populasi yang tidak diketahui secara pasti dan peluang bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel tidaklah sama (Sekaran, 1992:235, Black dan Champion, 2001:233; Cooper dan Schindler, 2003:198). Menurut (Sugiyono, 2018:115) bila populasi terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi tersebut.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018:115). Sampel digunakan karena mengingat kendala-kendala yang dialami peneliti antara lain adalah populasi terlalu besar, tidak mungkin seluruh elemen diteliti karena karakter batasan waktu penelitian, biaya dan sumber daya manusia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penggunaan teknik *purposive sampling* digunakan karena merupakan teknik pemilihan sampel dengan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini untuk memilih responden yang termasuk dalam populasi sasaran adalah sebagai berikut:

1. Individu yang telah melakukan pembelian produk *brand clothing* lokal di Kota Malang lebih dari satu kali. Seorang konsumen yang melakukan pengulangan pembelian produk terhadap satu merek tertentu bisa

diasumsikan bahwa konsumen tersebut telah menunjukkan loyalitas merek (Kardina, 2017).

2. Responden domisili di Kota Malang
3. Minimal usia responden 17 tahun.

Dalam menentukan jumlah sampling peneliti menggunakan pendapat Roscoe dalam Sugiono (2012: 91) yang menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian kuantitatif apabila populasi tidak diketahui yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian kuantitatif adalah antara 30 sampai dengan 500. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Apabila variabel yang diteliti dianggap kurang maka dapat dikalikan dengan menggunakan dimensi. Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 150 (15 indikator x 10 = 100 responden). Pemilihan sampel didasari pada syarat SEM yang menggunakan model estimasi *Maksimum Likelihood Estimation* (MLE) adalah 100-200 sampel (Hair *et al.*, 1998:605; Ghazali, 2004:17), atau sebanyak 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi (Ferdinand, 2000:44).

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer sebagai data atau informasi yang diperoleh dari tangan pertama, yang berkaitan dengan variabel-variabel untuk tujuan spesifik studi (Sekaran, 2006). Data primer yang menyangkut variabel *fashion innovativeness*, *brand love*, dan *brand loyalty* dalam penelitian ini diperoleh langsung dari pengisian kuesioner oleh responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing teknik pengumpulan data yang digunakan:

1. Dalam penelitian ini, instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variable penelitian (Sekaran, 2006). Penyebaran kuesioner dilakukan kepada responden yang sesuai dengan karakteristik sample yang telah ditentukan. Peneliti juga memberikan penjelasan terhadap responden mengenai cara pengisian kuesioner sehingga tidak terjadi kesalahan pemahaman atas pertanyaan yang diberikan.
2. Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelusuri informasi terkait variabel dari catatan, buku, majalah, jurnal, dan website mengenai topik yang relevan untuk mendapatkan data-data dan kepustakaan yang dapat mendukung penelitian ini. Data yang

didokumentasikan dalam penelitian ini terutama terkait dengan *fashion innovativeness*, *brand love*, dan *brand loyalty*.

3.6 Pengukuran Variabel

Proses pengangkaan sangat penting untuk memudahkan analisis kebermaknaan dan pengaruh dari masing-masing variabel, untuk itu terhadap data jawaban responden yang berupa tindakan dan pendapat dilakukan pengkodean menggunakan skala Likert (skor 1 - 5). Skala Likert merupakan skala yang dibentuk untuk menjelaskan seberapa kuat subjek disetujui atau tidak disetujui dengan 5 (lima) poin pertanyaan (Sekaran, 2006). Hal ini dilakukan karena analisis dan pengujian hipotesis dengan menggunakan alat statistika, maka data hasil riset yang berupa tindakan, pendapat atau kalimat-kalimat harus dikuantifikasikan dengan melakukan pengkodean dengan angka-angka seperti dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala pengukuran Likert

Pilihan Jawaban	Notasi	Skor	Makna Notasi
Sangat Setuju	SS	5	Sangat baik / Sangat tinggi / Sangat besar
Setuju	S	4	Baik / tinggi / ingin
Ragu-ragu	R	3	Cukup
Tidak Setuju	TS	2	Buruk / rendah / tidak ingin
Sangat Tidak Setuju	STS	1	Sangat buruk / Sangat rendah / Sangat kecil

Sumber: Sugiyono (2018)

3.7 Teknik Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, analisis data mencakup pengolahan dan penyajian data, melakukan perhitungan untuk mendeskripsikan data, serta pengujian hipotesis menggunakan uji statistik.

1.7.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran awal tentang data yang telah dikumpulkan, mencakup ukuran-ukuran seperti nilai rata-rata (mean), standar deviasi (standar penyebaran data), nilai maksimum (nilai terbesar dalam dataset), dan nilai minimum (nilai terkecil). Data ini membantu peneliti memahami distribusi awal variabel sebelum dilakukan analisis lebih lanjut. Statistik deskriptif juga dapat digunakan untuk mendeteksi anomali atau outlier dalam data penelitian (Sugiyono, 2016).

1.7.2 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, hasil Uji Validitas yang valid memiliki arti bahwa instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaannya secara akurat menggambarkan hal yang diukur. Dalam penelitian ini, validitas mencerminkan seberapa baik pengukuran tersebut sesuai instrument yang ingin ditangkap. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka instrument tersebut dianggap tidak valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel, instrument tersebut dianggap valid.

2. Uji Reliabilitas

Sebuah instrumen dianggap reliabel jika respons dari responden terhadap pernyataan atau pertanyaan menunjukkan konsistensi atau stabilitas seiring waktu. Hair Joseph mengatakan bahwa Keandalan

(reliability) mengacu pada sejauh mana suatu variabel atau kumpulan variabel menghasilkan hasil yang konsisten dengan tujuan pengukurannya. Jika dilakukan beberapa pengukuran, variabel yang andal akan menunjukkan hasil yang konsisten. Berbeda dengan validitas, yang tidak berfokus pada apa yang diukur, tetapi lebih kepada cara pengukuran dilakukan.

$$r_i = (k / k - 1) (1 - \Sigma \sigma_{ab}^2 / \sigma^2)$$

Keterangan

r_i = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_b^2 = jumlah varians butir

σ^2 = varians total

Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reliabilitasnya. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

1. Jika nilai cronbach's alpha $\alpha > 0,60$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik adalah reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai cronbach's alpha $\alpha < 0,60$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliable.

1.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan bahwa model regresi benar-benar mencerminkan hubungan yang signifikan dan representatif. Untuk itu, model tersebut harus memenuhi syarat-syarat asumsi klasik regresi. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik

yang dilakukan meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah model regresi dari variabel dependen dan independen memiliki kontribusi yang signifikan. Normalitas dapat dideteksi dengan mengamati penyebaran titik-titik data di sepanjang garis diagonal pada grafik. Uji normalitas yang digunakan adalah Kolmogorov-Smirnov. Dalam tes ini, peneliti harus memperhatikan tingkat kesesuaian antara distribusi teoritis tertentu dan data yang diperoleh. Pedoman pengambilan keputusan untuk uji ini adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai Sig. (signifikansi) $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data tersebut adalah tidak normal.
2. Sebaliknya, jika nilai Sig. $> 0,05$, maka distribusi data dianggap normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali, uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi (47). Multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat dua indikator: (1) nilai tolerance dan (2) Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan sejauh mana variabel independen dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance yang rendah berarti VIF tinggi, karena VIF dihitung sebagai $1/\text{Tolerance}$. Jika

nilai VIF > 10 dan nilai tolerance $< 0,1$, maka terdapat multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gozali uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat perbedaan variance residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Dalam penelitian ini, deteksi heteroskedastisitas dilakukan melalui Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika hasil regresi menunjukkan bahwa variabel independen signifikan pada tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam model. Heteroskedastisitas ini mengindikasikan bahwa variabilitas residual tidak konstan, yang dapat mempengaruhi keakuratan estimasi dan inferensi dari model regresi yang digunakan.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai p-value $\geq 0,05$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai p-value $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak, yang menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas.

1.7.4 Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linear berganda membantu menjelaskan sejauh

mana variabel independen memengaruhi variabel dependen secara simultan (Ghozali, 2021). Model regresi dalam penelitian ini dirumuskan sebagai:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y: Brand Loyalty

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

e: error estimated

X₁: Fashion Innovativeness

X₂: Brand Love

1.7.5 Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji F adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi F dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan, biasanya $\alpha=0,05$. Keputusan diambil berdasarkan kriteria berikut:

a. Hipotesis Diterima: Jika nilai probabilitas F (signifikansi F) $< \alpha$ (0,05) atau $F_{hitung} > F_{tabel}$.

b. Hipotesis Ditolak: Jika nilai probabilitas F (signifikansi F) $> \alpha$ (0,05) atau $F_{hitung} < F_{tabel}$.

2. Uji Determinasi

Koefisien determinasi, yang dilambangkan dengan R², digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Menurut Ghozali (2016), semakin tinggi

nilai R^2 , semakin besar persentase perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sebaliknya, nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa hanya sedikit perubahan pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi F dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan, biasanya $\alpha=0,05$. Keputusan diambil berdasarkan kriteria berikut:

- a. Hipotesis Diterima: Jika nilai probabilitas F (signifikansi F) $< \alpha$ (0,05) atau $F_{hitung} > F_{tabel}$.
- b. Hipotesis Ditolak: Jika nilai probabilitas F (signifikansi F) $> \alpha$ (0,05) atau $F_{hitung} < F_{tabel}$.

3. Uji T

Ghozali menyebutkan bahwa Uji T (Uji Parsial) pada dasarnya digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. Berikut adalah rumus yang digunakan:

$$t_{hitung} = b/S$$

Keterangan :

b = koefisien regresi

sb = standar deviasi dari variabel bebas

Karena hipotesis yang akan diuji merupakan hipotesis satu arah, maka dapat menggunakan rumus T tabel secara manual, yaitu rumus degree of freedom. Berikut merupakan rumusnya :

$$Df = n - s$$

Keterangan:

Df = degree of freedom

N = jumlah responden, observasi, atau data

K = jumlah variabel penelitian

Adapun kriteria dalam uji statistik T Gozali sebagai berikut: a. Jika nilai signifikansi uji $T > 0,05$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. b. Jika nilai signifikansi uji $T < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.