

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:14), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Sedangkan menurut Sugiyono (2017:56), penelitian deskriptif umumnya dilakukan untuk mengetahui nilai dari suatu variabel mandiri, seperti satu variabel atau lebih.

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh *brand tribalism* terhadap minat beli produk Nike secara daring.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan secara daring dengan membagikan kuesioner melalui Google forms. Waktu pelaksanaannya akan dimulai dari bulan September hingga Desember 2021.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018:130), populasi penelitian merupakan suatu wilayah yang biasanya terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian dapat disimpulkan. Pada penelitian ini populasi yang ditargetkan adalah masyarakat Indonesia yang pernah berbelanja produk Nike secara daring.

Adapun menurut Sugiyono (2018:131), sampel penelitian merupakan bagian dari suatu jumlah dan karakteristik yang berada dalam populasi tersebut. Dimana dalam penentuan pengambilan sampel dilakukan dengan

menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui.

Rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times p(1 - p)}{d^2}$$

Diketahui:

n: jumlah sampel

Z: derajat kemaknaan 95% ($\alpha = 0.05\%$) = 1.96

p: proporsi populasi = 0.5

d: limit dari error atau presisi absolut = 0.1

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5(1-0.5)}{(0.1)^2} = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.01} = 96.04 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel diatas, maka dapat diketahui bahwa penelitian ini akan mencari target sampel sebesar 100 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2012:139), data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada si pengumpul data tersebut. Dimana, pengumpulan data primer akan dilakukan menggunakan *survey research*, yaitu dengan membagikan kuesioner secara daring melalui *Google Form*. Proses pengumpulan data akan dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Untuk memudahkan penyebaran kuesioner, digunakan *probability sampling* dengan teknik *random sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan secara acak tanpa melihat strata dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2012:81).

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga bagian utama. Bagian pertama akan berisikan penjelasan judul penelitian serta pertanyaan saringan. Bagian kedua akan berisikan identitas responden, seperti

nama, usia, domisili, pekerjaan, dan pendapatan. Bagian ketiga akan berisikan petunjuk pengisian, yang berisikan 15 pertanyaan dengan menggunakan metode pengukuran skala likert. Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data, terkait pengaruh dari dimensi *brand tribalism* terhadap minat beli produk Nike secara daring.

Pengukuran data primer dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan skala likert, dimana pengukuran ini biasanya dipakai untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi individu beserta kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012:132). Pengukuran skala *likert* ini akan menggunakan 6 poin. Hal ini dikarenakan untuk menghindari responden memilih jawaban netral, dimana dengan adanya pilihan 6 poin maka peneliti akan lebih mudah dalam menginterpretasi data berdasarkan tanggapan responden (Meiryani, 2021). Berikut, keterangan pilihan jawaban dalam skala *likert*:

- Skor 6 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- Skor 5 untuk jawaban Setuju (S)
- Skor 4 untuk jawaban Cukup Setuju (CS)
- Skor 3 untuk jawaban Cukup Tidak Setuju (CTS)
- Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

Menurut Sugiyono (2012:141), data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku - buku, serta dokumen. Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini akan menggunakan hasil riset jurnal terdahulu, referensi artikel yang berkaitan dengan topik riset dan buku yang sesuai dengan topik riset.

3.5 Variabel dan Pengukurannya

Pada bagian ini peneliti menjelaskan tentang acuan dalam landasan teori yang digunakan untuk penelitian, dimana variabel - variabel yang ada dapat dihubungkan dan juga dapat disesuaikan dengan data yang diinginkan.

Variabel Bebas (Independent Variable), menurut Sugiyono (2018:39), variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu: *Brand Tribalism* (X).

- *Segmentary Lineage* (X1)
- *Social Structure* (X2)
- *Defense of Tribe* (X3)
- *Sense of Community* (X4)

Variabel Terikat (Dependent Variable), menurut Sugiyono (2018:39), variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini, yaitu: Minat Beli (Y). Berikut ini, variabel dan pengukurannya:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Segmentary Lineage	Mengacu pada benang yang mampu mengikat anggota secara bersama dari berbagai segmen (Taute dan Sierra, 2014).	1. Para pengguna produk Nike memiliki lebih banyak kesamaan. 2. Para pengguna produk Nike saling akrab. 3. Para pengguna produk Nike memiliki rasa kebersamaan.	Skala Likert 6 Poin

Social Structure	Mengacu pada rasa persatuan yang dimiliki para anggota suku (Taute dan Sierra, 2014).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Para pengguna produk Nike berbeda dari yang lain. 2. Para pengguna produk Nike adalah orang yang unik. 3. Para pengguna produk Nike mengklasifikan dirinya. 	Skala Likert 6 Poin
Defense of Tribe	Mengacu pada pemanfaatan secara maksimum untuk ketahanan suku (Taute dan Sierra, 2014).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Para pengguna produk Nike merasa terpuji jika ada yang memuji produk favoritnya. 2. Para pengguna produk Nike menentang jika orang lain memilih produk lain. 3. Para pengguna produk Nike merasa cocok dengan produk favoritnya. 	Skala Likert 6 Poin
Sense of Community	Mengacu pada kemampuan sebuah suku untuk mempertahankan keharmonisan komunitasnya (Taute dan Sierra, 2014).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persahabatan dari para pengguna produk Nike sangat berarti. 2. Para pengguna produk Nike menganggap dirinya satu komunitas. 3. Para pengguna produk Nike memiliki rasa kepemilikan akan merek produk itu. 	Skala Likert 6 Poin
Minat Beli	Perilaku konsumen yang terjadi sebagai reaksi atas suatu objek yang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen memiliki keinginan untuk membeli produk Nike secara daring. 	Skala Likert 6 Poin

	menunjukkan keinginan konsumen untuk membeli (Kotler dan Keller, 2013).	<p>2. Konsumen tidak ragu membeli produk Nike secara daring.</p> <p>3. Konsumen akan terus membeli produk Nike secara daring.</p>	
--	---	---	--

(Sumber: Dibuat sendiri oleh penulis berdasarkan literatur)

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan secara konstruk. Pengujian ini dilakukan dengan cara mencari tahu apakah ada bagian - bagian pada suatu pertanyaan di instrumen tersebut yang telah cocok dengan konsep ilmu yang sedang diteliti atau tidak (Nurgianto, 2012:339). Pedoman uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengkomparasi nilai r hitung dengan r tabel. Dimana, jika nilai r hitung lebih besar dari (\geq) nilai r tabel sig. 5% (N=30), maka berarti instrumen dikatakan valid dan sebaliknya, bila nilai r hitung lebih kecil dari (\leq) nilai r tabel sig. 5% (N=30), maka instrumen dikatakan tidak valid.

Sedangkan, uji reliabilitas merupakan pengujian dimana instrumen tersebut apakah dapat mengukur sesuatu secara konsisten dari waktu ke waktu (Nurgianto, 2012:341). Pedoman uji reliabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan *Cronbach Alpha*. Dimana, jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari (\geq) 0.60, maka instrumen dikatakan handal atau homogenitas item (reliabel), dan sebaliknya. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih kecil dari (\leq) 0.60, maka instrumen dikatakan tidak handal atau tidak terdapat homogenitas item (tidak reliabel).

Untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel maka sebelum pengumpulan data dilakukan, akan diuji terlebih dahulu setiap pertanyaan maupun pernyataan dengan menggunakan metode *pre-test* sebanyak 30

responden. Perhitungan uji validitas dan reliabilitas ini nantinya akan dilakukan dengan bantuan *software* IBM SPSS.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS. Menurut Ghozali (2012), *Structural Equation Model* (SEM) merupakan gabungan teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang termasuk rumit, sebagai teknik multivariat yang mengkombinasikan dengan analisis regresi dan juga analisis faktor untuk menilai sebuah rangkaian dari interelasi ketergantungan secara bersama. Berikut, teknik analisis data yang akan dilakukan:

1. Uji Kolinearitas

Pengujian uji kolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi adanya kolinearitas antar variabel. Pedoman uji kolinearitas dalam penelitian ini akan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dimana menurut Hair dkk., (2014), batas nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk dikatakan memiliki gejala kolineraritas dan tidak memiliki gejala kolinearitas adalah 5.

2. Uji Koefisien Jalur

Pengujian koefisien jalur dilakukan untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kuat pengaruh antar masing - masing variabel yang sedang diteliti. Dimana menurut Hair dkk., (2014), batas nilai koefisien jalur harus berada dalam rentang nilai -1 sampai 1.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat Pedoman penilaian model

penelitian ini akan menggunakan nilai koefisien determinasi (R^2). Dimana menurut Hair dkk., (2014), nilai R^2 lebih besar dari (\geq) 0.75 menunjukkan model penelitian memiliki pengaruh substansial, nilai R^2 lebih besar dari (\geq) 0.5 menunjukkan model penelitian memiliki pengaruh moderat, nilai R^2 (\geq) 0.25 menunjukkan model penelitian memiliki pengaruh lemah.

4. Uji T-Statistik

Pengujian T-Statistik dilakukan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh antar masing - masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Artinya, pengujian T-Statistik mampu menunjukkan apabila pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan atau tidak. Pedoman pengujian T-Statistik sendiri dilakukan dengan mengkomparasi nilai T hitung dan T tabel.