

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, yaitu untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara 2 variabel atau lebih sehingga bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau tidaknya.¹

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka dan dianalisis dengan statistik, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan.²

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu

Penelitian dilaksanakan pada priode 9 September 2025 – 9 Oktober 2025

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini pada Pasar Panorama Kota Bengkulu, Jl. Salak Raya Kota Bengkulu

¹ Ma'ruf Abdullah, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015).

² Aries Veronica et al., Metodologi Penelitian Kuantitatif, (Makasar, Universitas Muslim Indonesia, 2020).

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.

1. Populasi

Secara sederhana populasi dapat dijelaskan sebagai sekumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan sasaran penelitian untuk ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono, Populasi merupakan sekelompok orang yang terdiri atas objek atau subjek dan memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis, sehingga nanti untuk kesimpulannya dapat ditarik dari kelompok tersebut.³

Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat kota Bengkulu, berdasarkan BPS tahun 2023 jumlah penduduk kota Bengkulu tercatat sebanyak 391.120 jiwa.⁴ Karena jumlah dari masyarakat tahun tersebut yang pernah membeli pakaian bekas (*thrifting*) tidak diketahui secara pasti, maka diperlukan pengambilan sampel yang mampu merepresentasikan keseluruhan populasi tersebut.

³ Dahlia Amelia et al., Metode Penelitian Kuantitatif, (Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2023)

⁴ bps.go.id, “Statistik Daerah Kota Bengkulu 2024” <<https://bengkulukota.bps.go.id/id/publication/2024/12/20/169a4f9cdddfa0fc38fe94c4/statistik-daerah-kota-bengkulu-2024.html>> [diakses 20 Agustus 2025].

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti dan mewakili karakteristik populasi tersebut. pemilihan sampel berdasarkan dengan kreteria tertentu yaitu kriteria inklusi, yang menentukan subjek yang layak dijadikan sampel karena memenuhi syarat penelitian, dan kriteria eksklusi, menyaring subjek yang tidak memenuhi syarat, misalnya karena menolak menjadi responden atau kondisi yang tidak memungkinkan penelitian dilakukan. Dengan demikian, sampel yang digunakan diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang valid dan representatif terhadap populasi.⁵

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode pemilihan sampel yang di dasarkan kepada kriteria atau pertimbangan tertentu yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dengan kata lain, sampel dipilih secara selektif berdasarkan karakteristik khusus yang sesuai dengan penelitian, yaitu:

- a. Berdomisili di Kota Bengkulu
- b. Pernah melakukan pembelian barang bekas (*Thrifting*)

⁵ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Edisi 1 (Bandung: Alfabeta, 2019).

Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi dalam penelitian ini, digunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan secara representatif:

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Jumlah sampel yang digunakan

N= besar populasi

e= Tingkat kesalahan yang digunakan 10%,

Berdasarkan rumus diatas, maka:

$$n = \frac{391.120}{1 + 391.120(0,1)^2}$$

$$n = \frac{391.120}{1 + 3911.2}$$

$$n = \frac{391.120}{3912.2}$$

$$n = 99,974$$

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh jumlah sampel 99,974. Untuk meningkatkan kesesuaian dan kemudahan dalam pengambilan data, jumlah tersebut dibulatkan menjadi 100 responden

D. Sumber Data dan Teknik Analisis Data

1. Data Primer

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari responden melalui penyebaran angket.⁶

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan melalui berbagai sumber yang relevan, seperti Badan Pusat Statistik (BPS), buku-buku ilmiah, jurnal akademis, dan dokumen pendukung lainnya.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket merupakan salah satu metode dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang berkaitan dengan masalah penelitian kepada responden. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert. Responden diminta memberikan jawaban berdasarkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuannya. Skala ini dapat berbentuk 5 poin (sangat tidak setuju – tidak setuju – netral –

⁶ Hanla Yochanan and Ilham Samanlagi Rachman, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Edisi 1 (Karawang: Cv Saba Jaya: Bambang Isnaya, 2024).

setuju – sangat setuju), maupun diperluas menjadi 7 atau 10 poin.⁷

Penelitian ini menggunakan skala likert 1-10 poin yang dimana bertujuan agar memberikan variasi jawaban yang lebih luas dan meningkatkan sensitivitas data dalam mengukur sikap responden. Skala likert dengan nilai 1-10 terdiri dari (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) agak tidak setuju, (4) sedikit tidak setuju, (5) sedikit setuju, (6) agak setuju, (7) cukup setuju, (8) setuju, (9) sangat setuju, (10) sangat sangat setuju.

Tabel 3.1 Skala Likert

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Sangat Setuju
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------------------

E. Variabel dan Definisi Operasional.

1. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas dan variabel independent (variabel bebas)

⁷ Prima Ariestonandri, *Marketing Research for Beginner*, Yogyakarta, 2006.

adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya dependen. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen dan menggunakan tiga variabel independent antara lain:

- a. Variabel dependen yaitu Minat Beli
- b. Variabel independent Gaya Hidup, Harga, Dan kualitas Produk.

2. Definisi Operasional

Tabel Operasional 3.2

No	Variabel	Indikator	Operasional
1.	Gaya hidup (X1) Kotler & Keller (2016)	1. Kegiatan	1) Bagaimana konsumen mengalokasikan waktu untuk bekerja, berbelanja, dan kegiatan sosial terkait fashion <i>thrifting</i>
		2. Minat	2) Ketertarikan konsumen terhadap fashion thrift, tren mode, komunitas atau media sosial <i>thrifting</i>
		3. Opini	3) Pandangan atau sikap konsumen terhadap diri sendiri dan lingkungan melalui pakain bekas.
2.	Harga (X2) Kotler & Armstrong (2018)	1. Keterjangkauan harga	1) Tingkat kemampuan konsumen dalam menjangkau harga produk pakaian bekas

		2. kesesuaian harga pasar dengan kualitas produk	2) harga yang dibayar sebanding dengan kualitas produk <i>thrifting</i> yang diterima
		3. daya saing harga pasar	3) membandingkan harga pada produk <i>thrift</i> dan competitor (pasar kompensional/brand baru)
		4. kesesuaian harga dan manfaat	4) Harga menentukan manfaat yang diperoleh.
3	Kualitas Produk (X3) Tjiptono (2019)	1. Kinerja	1) Kemampuan pakaian bekas dalam menjalankan fungsi utamanya sebagai pakaian yang layak, dan dapat dipakai sesuai dengan kebutuhan
		2. Keistimewaan	2) Keunggulan tambahan pada pakaian bekas seperti model, merek yang dapat menambah nilai produk.
		3. Keandalan	3) Konsistensi pakaian <i>thrifting</i> dalam memberikan fungsi dan kenyamanan saat digunakan.
		4. Kesesuaian	4) Tingkat kesesuaian kondisi pakaian dengan standar atau spesifikasi yang diharapkan konsumen.

		5. Daya Tahan	5) Kemampuan pakaian untuk digunakan dalam waktu tertentu tanpa mengalami penurunan fungsi
		6. Persepsi Kualitas	6) Penilaian subjektif konsumen terhadap kualitas keseluruhan pakaian yang dapat dirasakan.
4.	Minat Beli (Y) Kotler & Keller (2016)	1. Kesadaran (Awareness)	1) Konsumen menyadari keberadaan produk <i>thrifting</i> dan fungsinya
		2. Ketertarikan (Interest)	2) Ketertarikan awal terhadap produk <i>thrifting</i> karena tampilan, harga, atau nilai tertentu
		3. Evaluasi (Evaluation)	3) Pertimbangan konsumen terhadap kelebihan/kekurangan produk <i>thrifting</i> sebelum membeli
		4. Percobaan (Trial)	4) Konsumen mencoba membeli produk <i>thrifting</i> dalam jumlah terbatas terlebih dahulu
		5. Adopsi (Adoption)	5) Konsumen memutuskan membeli secara rutin, bahkan merekomendasikan ke orang lain

F. Teknik Analisis Data

Untuk menguji hubungan antar variabel independent dan variabel dependen dalam bentuk persamaan digunakan analisis regresi linear berganda. Metode ini berfungsi untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen dan mengungkapkannya ke dalam bentuk persamaan. Pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, harga, dan kualitas produk (x) terhadap minat beli (y).

Untuk mengolah data pada penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistic Program For Sosial Science*), SPSS digunakan untuk menguji hipotesis yang dikemukakan.

1. Uji Validitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa informasi data yang didapatkan oleh peneliti sesuai dengan data yang akan dihasilkan langsung dari subjek penelitian. Tujuan dari uji validitas instrumen adalah untuk menilai sejauh mana alat ukur kuesioner dapat memberikan hasil yang akurat dan tepat. Hal ini bertujuan agar memastikan bahwa alat ukur tersebut benar-benar dapat mengukur apa yang seharusnya

diukur, yaitu tingkat ketepatan dalam penilaian yang dilakukan melalui kuesioner.

Syarat kevaliditasan akan item adalah apabila jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka tingkat signifikan $\alpha = (0,05)$, maka instrument tersebut akan dianggap valid. Dan sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, instrument tersebut akan dianggap tidak valid. Kriteria pengujian yang dipakai untuk setiap perhitungan adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 ditolak, yang berarti item instrument dinyatakan valid.
 2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka H_0 diterima, yang berarti item instrumen tidak valid.
- b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana sebuah tes mampu memberikan hasil yang konsisten dalam mengukur aspek yang diteliti. Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk angka koefisien, di mana semakin tinggi nilai koefisien tersebut, semakin tinggi pula tingkat konsistensi atau keandalan alat ukur. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan tetap stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan secara simultan terhadap seluruh

item dalam butir kuesioner. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Alpha $\geq 0,60$.⁸

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan metode yang digunakan untuk melihat apakah data dalam suatu variabel atau kelompok memiliki pola distribusi yang mendekati distribusi normal. Salah satu cara untuk menguji normalitas adalah melalui tabel *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika nilai signifikansi (Sig) yang dihasilkan $\geq 0,05$, maka data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai Sig $< 0,05$, maka data tidak mengikuti distribusi normal.⁹

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Pengujian ini biasanya dilihat dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Namun, jika $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka model mengalami multikolinearitas.

⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, Cv, 2013).

⁹ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi 4 (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2019).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah varian residual antar pengamatan dalam model regresi berbeda-beda. Jika variannya sama disebut homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji ini bisa dilakukan dengan metode Park, yaitu dengan mengkuadratkan residual, mengubahnya ke bentuk logaritma natural (LN), lalu diregresikan dengan variabel independen. Jika muncul gejala heteroskedastisitas, maka hasil regresi bisa kurang meyakinkan. Karena itu, model regresi yang baik seharusnya tidak mengandung masalah heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independent variabel), yaitu gaya hidup (X1), harga (X2), dan kualitas produk (X3), terhadap variabel terikat yaitu minat beli (Y). Analisis dilakukan baik secara parsial melalui Uji-t maupun secara simultan menggunakan Uji-F

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji parsial atau uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Tujuannya adalah untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap minat beli. Pengambilan keputusan didasarkan pada:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara Bersama dengan menggunakan tingkat sig 0,05 maka kriteria pengujian adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi $> a= 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- 2) Jika nilai signifikansi $< a=0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

c. Uji R^2

Dalam model regresi linear berganda, besarnya pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen diukur

melalui koefisien determinasi (R^2). Jika nilai R^2 mendekati angka 1, artinya model tersebut mampu menjelaskan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen dengan sangat baik. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 0, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dianggap lemah.

10



¹⁰ Syafrida Hafni Sahir, "Metodologi Penelitian", 2022