

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode utamanya. Menurut Bryman, langkah-langkah dalam penelitian kuantitatif dimulai dari pengembangan teori, kemudian diikuti oleh perumusan hipotesis, perancangan desain penelitian, pemilihan responden, pengumpulan serta pengolahan data, analisis data, hingga akhirnya melakukan interpretasi terhadap hasil yang diperoleh.

⁴⁴ Menurut Sugiyono, pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme dan ditujukan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pemilihan sampel umumnya dilakukan secara acak, dengan data yang dikumpulkan melalui alat ukur penelitian. Data tersebut kemudian dianalisis secara kuantitatif atau menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.⁴⁵ Secara garis besar, penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan data numerik yang diolah secara terstruktur dan sistematis guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merujuk pada area atau tempat di mana proses penelitian berlangsung. Penetapan lokasi bertujuan untuk memperjelas fokus penelitian dan membatasi cakupan agar tidak terlalu luas. Penelitian ini dilaksanakan di Kota

⁴⁴ M.Makhrus Ali et al., "Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian," *Education Journal*.2022 2, no. 2 (2022): 1–6.

⁴⁵ Muhammad Irfan Syahrani, "Prosedur Penelitian Kuantitatif," *EJurnal Al Musthafa* 2, no. 3 (2022): 43–56, <https://doi.org/10.62552/ejam.v2i3.50>.

Padang karena wilayah tersebut memiliki banyak generasi Z yang mulai menggunakan pashmina.

Waktu penelitian merujuk pada jangka waktu pelaksanaan suatu studi, yang ditetapkan untuk membantu memperjelas dan menyusun jadwal kegiatan penelitian secara teratur. Penelitian ini dimulai pada bulan Juli 2025.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi dalam suatu penelitian merupakan sekumpulan individu atau objek yang memiliki ukuran dan ciri-ciri tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti, dan menjadi fokus utama dalam pengambilan kesimpulan penelitian.⁴⁶ Populasi yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berdomisili di Kota Padang. Mengacu pada data dari Badan Pusat Statistik, jumlah generasi Z di wilayah tersebut tercatat sebanyak 544.814 orang. Kelompok ini mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang berada dalam rentang usia 13 hingga 27 tahun.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki ukuran dan ciri-ciri khusus. Ketika jumlah populasi terlalu besar sehingga tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan karena keterbatasan waktu, biaya, atau sumber daya peneliti dapat menggunakan sampel sebagai perwakilan. Hasil atau kesimpulan yang diperoleh dari sampel tersebut dapat dianggap sah selama sampel tersebut

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*, 2003.

benar-benar merepresentasikan keseluruhan populasi secara akurat.⁴⁷ Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini mencakup individu dari generasi Z yang berdomisili di Kota Padang, berusia antara 13 hingga 27 tahun, serta memiliki minat dalam menggunakan hijab pashmina atau menjadikannya sebagai bagian dari kebutuhan sehari-hari, baik untuk keperluan pekerjaan maupun aktivitas lain yang mengharuskan penggunaan hijab pashmina.

Dalam menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Hair. Rumus tersebut digunakan ketika jumlah populasi belum diketahui secara pasti. Menurut Hair, ukuran sampel dalam analisis SEM dapat diperoleh dengan mengalikan jumlah indikator variabel sebanyak 5 hingga 10 kali.⁴⁸ Penelitian ini melibatkan 15 indikator yang akan dianalisis. Oleh karena itu, jumlah sampel yang diperlukan dihitung dengan mengalikan jumlah indikator tersebut dengan angka 10, sehingga diperoleh total 150 responden. Dengan demikian, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 orang.

⁴⁷ Djoko Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Penerbit Alfabeta, 2010.

⁴⁸ Nur Fatma, Nur Fajri Irfan, and Ifah Finatry Latiep, "Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga Dan Kualitas Produk," *SEIKO: Journal of Management & Business* 4, no. 2 (2021): 533–40.

D. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner tersebut memuat pertanyaan-pertanyaan terstruktur yang berkaitan dengan keputusan penggunaan hijab pashmina. Adapun responden dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berdomisili di Kota Padang dan menggunakan hijab pashmina.

Selain itu, penelitian ini turut menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai dokumen dan sumber relevan lainnya, yang berperan sebagai pendukung untuk memperkuat data primer yang telah diperoleh sebelumnya.

E. Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen, atau dikenal juga sebagai variabel bebas, adalah elemen yang memengaruhi atau menimbulkan perubahan pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah Religiusitas dan Kesadaran Merek (Brand Awareness).

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen, yang juga disebut sebagai variabel antara, berfungsi sebagai jembatan antara variabel independen (bebas) dan variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang dimaksud adalah keputusan penggunaa.

3. Variabel Mediasi (Z)

Variabel mediasi, juga dikenal sebagai variabel perantara, berperan dalam menjembatani hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat tidak berlangsung secara langsung, melainkan melalui variabel mediasi ini. Dalam penelitian ini, brand image (citra merek) digunakan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan variabel bebas dengan variabel terikat.

Operasionalisasi variabel disajikan dalam bentuk tabel berikut.

Tabel 3. 1 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional Variabel	Indikator	Skala	Sumber indikator
Keputusan Penggunaan (Y)	Keputusan penggunaan merupakan serangkaian proses yang dilakukan oleh konsumen atau pelanggan dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk atau layanan guna memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka.	Keandalan produk, saran dari pihak lain, serta frekuensi penggunaan ulang	Likert	Kotler
Religiusitas (X1)	Religiusitas merupakan ikatan atau hubungan yang terbentuk antara individu dengan Tuhan, yang tercermin melalui ajaran agama serta nilai-nilai keagamaan yang tertanam dalam kehidupan seseorang.	Keyakinan, pelaksanaan ibadah, pengalaman spiritual, pemahaman terhadap ajaran agama, serta konsekuensi yang muncul.	Likert	El-Menour
Brand Awareness (X2)	Brand awareness adalah sejauh mana konsumen menyadari dan mampu mengenali suatu merek.	Ketidaksadaran terhadap merek, pengenalan merek, kemampuan mengingat merek, dan posisi paling menonjol	Likert	Aaker

		dalam ingatan konsumen.		
Brand Image (Z)	Brand image merupakan kumpulan persepsi dan keyakinan yang dimiliki pelanggan terhadap sebuah merek, yang tercermin melalui asosiasi-asosiasi yang tersimpan dalam ingatan mereka sebelum mereka menggunakan produk atau layanan tersebut. Sementara itu, brand image adalah sekumpulan persepsi dan keyakinan yang dimiliki pelanggan terhadap suatu merek, yang terbentuk dari asosiasi-asosiasi yang tersimpan dalam ingatan mereka sebelum mereka menggunakan produk atau layanan tersebut.	Kesesuaian hubungan asosiasi merek, kekuatan asosiasi merek, dan keunikan dari asosiasi merek tersebut.	Likert	Sinta Kurnia Ilahi and Sonia Andariani

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner atau angket, yaitu metode yang menggunakan daftar pertanyaan yang diisi langsung oleh responden. Dalam penelitian ini, kuesioner dibagikan kepada Generasi Z atau remaja yang tinggal di Kota Padang. Instrumen yang dipakai adalah skala Likert. Menurut Sanusi, skala Likert mengukur sikap responden dalam merespons pertanyaan yang

berkaitan dengan berbagai indikator dari konsep atau variabel yang diuku.⁴⁹ Skala Likert terdiri dari lima kategori jawaban, yang dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert

No	Jawaban	Keterangan	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	KS	Kurang Setuju	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Skala Likert digunakan untuk mengukur pengaruh religiusitas dan brand awareness terhadap keputusan penggunaan hijab pashmina, dengan brand image sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di Kota Padang.

2. Dokumentasi

Metode pengumpulan data melalui dokumentasi bertujuan untuk memperkuat informasi yang diperoleh dengan memanfaatkan laporan berupa foto.

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif, yang melibatkan pengumpulan data untuk dianalisis demi mencapai hasil tertentu. Statistik yang disajikan merupakan data awal dari kuesioner, berdasarkan indikator variabel dengan skala Likert 1 sampai 5. Setelah data sampel terkumpul, analisis Structural Equation Modeling (SEM) dilakukan menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Proses analisis memakai PLS-SEM dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Metode Partial Least Square (PLS) dikenal sebagai teknik yang tidak memerlukan banyak asumsi ketat, seperti distribusi data normal

⁴⁹ Fatma, Irfan, and Latiep.

secara multivariat, dan cocok digunakan untuk ukuran sampel yang relatif kecil. Selain itu, PLS efektif untuk menguji teori dan sangat bermanfaat dalam penelitian yang fokus pada prediksi, karena mampu menjelaskan hubungan antar variabel laten dengan lebih akurat.

1. Analisis (SEM-PLS) dengan Efek Mediasi

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan metode analisis multivariat yang mengkombinasikan analisis faktor dan analisis regresi (korelasi). Metode ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel dalam sebuah model, baik hubungan antara indikator dengan konstraknya maupun hubungan antar konstruk itu sendiri.⁵⁰ Menurut Ghozali, SEM adalah pendekatan alternatif yang menggeser fokus dari model berbasis kovarian ke model berbasis varian. Ia juga menjelaskan bahwa SEM merupakan kombinasi dari dua metode statistik yang berbeda, yakni analisis faktor yang berkembang dalam psikologi dan psikometri, serta pemodelan persamaan simultan yang berasal dari ekonometrika.⁵¹ Penelitian ini menggunakan metode SEM dengan pendekatan Partial Least Squares (PLS), serta analisis data dilakukan melalui perangkat lunak Smart-PLS.

Metode yang dikembangkan oleh Barron, Kenny, dan Ghozali menjelaskan bahwa pengujian efek mediasi dalam analisis PLS dilakukan melalui beberapa langkah berikut:⁵²

⁵⁰ Dahlia Br Ginting, "Structural Equation Model (SEM)" 8, no. 3 (2009): 121–34.

⁵¹ Khaeryna Adam, "Metode Partial Least Square (PLS) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone)," n.d., 53–68.

⁵² Ghozali and Latan, Partial Least Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (Untuk Penelitian Empiris).

- 1) Menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dengan syarat nilai t-statistik signifikan lebih besar dari 1,96
- 2) Menilai pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi dengan ketentuan nilai t-statistik signifikan lebih dari 1,96
- 3) Menganalisis pengaruh bersama antara variabel eksogen dan variabel mediasi terhadap variabel endogen.

Pada tahap pengujian terakhir, apabila variabel eksogen tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel endogen, tetapi variabel mediasi memiliki pengaruh signifikan dengan nilai t-statistik lebih dari 1,96, maka dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen memengaruhi variabel endogen secara tidak langsung melalui variabel mediasi.

2. Evaluasi Model Pengukuran (*outer model*)

Outer model adalah pendekatan yang dipakai untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas instrumen pengukuran. Pendekatan ini mencakup validitas konstruk reflektif, yang bertujuan memastikan instrumen tersebut dapat merepresentasikan konstruk tertentu secara akurat. Selain itu, dilakukan pula analisis reliabilitas untuk mengukur konsistensi internal instrumen dengan menilai nilai reliabilitas komposit dan Cronbach alpha. Nilai yang lebih tinggi menandakan konsistensi yang baik pada tiap variabel dalam model regresi.⁵³

⁵³ Rifa Nur Alifah, "Pengujian Outer Model Pada Konstrak Resiliensi" 1, no. 1 (2019): 1–8.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiharto dan Sitinjak, uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana sebuah instrumen mampu mengukur aspek yang memang dimaksudkan untuk diukur. Dalam penelitian, validitas menunjukkan seberapa akurat alat ukur tersebut mencerminkan isi yang sebenarnya ingin diukur. Sebuah instrumen dinyatakan valid jika nilai uji validitasnya lebih dari 0,06.

1) Convergent validity

Validitas konvergen berfungsi untuk mengukur sejauh mana hubungan antara konstruk dengan variabel laten. Penilaian validitas konvergen dilakukan menggunakan faktor loading standar yang mencerminkan reliabilitas setiap item. Secara umum, faktor loading (standardized loading factor) menunjukkan adanya korelasi signifikan antara setiap indikator dengan konstruk yang diukur, dan korelasi tersebut dianggap valid apabila nilai koefisiennya lebih dari 0,6.

2) Diskriminasi validity

Validitas diskriminan adalah model pengukuran reflektif yang menilai indikator berdasarkan nilai average variance extracted (AVE) untuk setiap variabel laten. Apabila nilai AVE lebih dari 0,5, maka konstruk tersebut dinyatakan memiliki validitas yang baik dan konsisten.

3) Avarage varience extracted (AVE)

Validitas konvergen dapat dievaluasi menggunakan nilai Average Variance Extracted (AVE). Sebuah variabel prediktor dianggap valid jika nilai AVE-nya lebih dari 0,5, yang menandakan validitas konvergen yang memadai. Perhitungan AVE dilakukan dengan menjumlahkan kuadrat faktor loading dari setiap indikator,

lalu dibagi dengan total varians kesalahan pengukuran. Rumus untuk menghitung Average Variance Extracted (AVE) adalah:

$$VE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \epsilon_i}$$

b. Uji reabilitas

Menurut Arikunto, uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam pengumpulan data dapat diandalkan dan memiliki tingkat ketepatan yang tinggi.⁵⁴ Reliabilitas dinilai dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability guna mengukur konsistensi internal dari instrumen penelitian.

1) Composit reability

Composite reliability digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu konstruk dapat diandalkan. Variabel dikatakan reliabel apabila nilai composite reliability-nya melebihi 0,6.

2) Cronbach's alpha

Cronbach's alpha adalah metode pengujian reliabilitas yang digunakan untuk memperkuat hasil dari composite reliability. Sebuah variabel dianggap reliabel apabila nilai Cronbach's alpha-nya lebih dari 0,7.

3. Evaluasi Model struktural (inner model).

Dalam inner model, model struktural difokuskan pada analisis hubungan antar variabel laten. Pengaruh variabel laten diukur menggunakan nilai koefisien jalur yang dihitung pada tahap awal melalui metode bootstrapping. Bootstrapping adalah

⁵⁴ Ratih Wijayaningsih, "Perbedaan Kualitas Kerja Siswa Program Keahlian Tata Busana Di Bisnis Center Dan Unit Produksi," *Fashion And Fashion Education* 2, no. 1 (2013): 56.

teknik yang digunakan untuk menguji signifikansi atau probabilitas pengaruh langsung, tidak langsung, maupun total. Evaluasi hasil dilakukan berdasarkan nilai koefisien jalur yang signifikan, dengan mempertimbangkan beberapa indikator seperti rata-rata (mean), t-statistik, dan nilai p (p-value). Ketentuan evaluasi adalah sebagai berikut:

- A. Jika nilai p-value lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima, yang berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.
- B. Sebaliknya, apabila nilai p-value kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak, menandakan adanya pengaruh signifikan dari variabel X terhadap variabel Y.

1) Uji R^2 (*R-square*)

Nilai R-Square (R^2) atau koefisien determinasi dipakai untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sekaligus menjadi indikator utama dalam menilai kecocokan model struktural. Perubahan nilai R-Square mencerminkan sejauh mana variabel laten eksternal memengaruhi variabel laten endogen serta apakah pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Secara umum, nilai R^2 sebesar 0,75 menunjukkan model dengan kekuatan yang kuat, nilai 0,50 menggambarkan kekuatan sedang atau moderat, dan nilai 0,25 menunjukkan model yang lemah dalam menjelaskan variasi variabel dependen.⁵⁵

⁵⁵ Nonie Afriyanti, "Theory of Planned Behavior Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah," CV. Brimedia Global, 2021.

2) F-Square

F-square adalah ukuran yang digunakan untuk menilai besarnya kontribusi relatif variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) dalam suatu model.

3) Uji *Path Coefficient*

Evaluasi Path Coefficient bertujuan untuk mengukur kekuatan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan Coefficient of Determination (R-Square) menilai seberapa besar pengaruh variabel lain terhadap variabel endogen. Menurut Chin, dalam model struktural, nilai R^2 di atas 0,67 menunjukkan pengaruh variabel eksogen yang kuat terhadap variabel endogen. Jika nilai R^2 berada di antara 0,33 hingga 0,67, pengaruh tersebut dikategorikan sedang, sedangkan nilai antara 0,19 hingga 0,33 menunjukkan pengaruh yang lemah. Pedoman interpretasi nilai path coefficient atau koefisien jalur berkisar antara -1 hingga +1, dimana nilai yang mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang semakin kuat dan signifikan antar variabel, sementara nilai yang mendekati -1 mengindikasikan adanya hubungan negatif antara variabel tersebut.

H. Uji Hipotesis

Tujuan dari pengujian hipotesis adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara konstruk dalam penelitian. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t-statistik yang dihasilkan dari proses bootstrapping menggunakan software Smart PLS dengan nilai t-tabel. Hubungan antar variabel dianggap signifikan jika nilai t-statistik lebih tinggi daripada nilai t-tabel. Secara khusus, hasil pengujian dinyatakan signifikan ketika nilai t-statistik lebih dari 1,96,

sedangkan nilai t-statistik di bawah 1,96 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan.

