

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, yang berfokus pada pengumpulan informasi. Penelitian kuantitatif data menggunakan representasi terstruktur, seperti teknik statistik dan matematika. Metode empiris untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan menyajikan data dalam bentuk numerik disebut riset kuantitatif. Hasil yang objektif sangat dihargai dalam riset kuantitatif. Data dapat dikumpulkan secara objektif dan divalidasi menggunakan prosedur validitas dan reliabilitas dengan mendistribusikan kuesioner.¹

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini pemilihan tempat penelitian sangat penting untuk memastikan validitas data dan informasi yang akan diperoleh. Oleh karena itu, peneliti memilih melakukan penelitian pada masyarakat generasi Z di Kota Padang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada anggapan bahwa generas Z memiliki akses mudah terhadap informasi terbaru terkait perkembangan teknologi serta memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas. Hal ini menjadikan generasi ini relevan sebagai objek penelitian, karena generasi ini terbiasa membeli pakaian sesuai dengan trend dan harga yang murah.

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung dari responden oleh peneliti.² Peneliti menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan secara online kepada generasi Z di Kota Padang yang pernah membeli *thrift fashion* guna memperoleh data yang dibutuhkan.

¹ Marinu Waruwu et al., "Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan Dan Kelebihan," *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* 10, no. 1 (2025): 1–47, <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>.

² E R Onainor, "Pengertian Kualitatif Dan Kuantitatif," *Jurusan Ekonomi , Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi*, (Jombang) 1 (2019): 1–9, <https://repository.stiedewantara.ac.id/539/3/>.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang memberikan informasi kepada pengumpul data secara tidak langsung, misalnya melalui surat kabar atau individu lain. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, makalah, dan Undang-Undang Ketenagakerjaan.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai semua komponen suatu penelitian, termasuk item dan subjek dengan kualitas tertentu. Secara teori, populasi adalah kumpulan individu, hewan, peristiwa, atau hal-hal yang hidup berdampingan di suatu wilayah tertentu dan menjadi subjek kesimpulan yang diambil dari temuan akhir penelitian.³ Dalam penelitian ini objek populasi nya adalah seluruh Gen Z di Kota Padang yang pernah/meminati produk *thrift fashion* dengan usia 15-27 tahun dengan jumlah populasinya yang belum diketahui.

2. Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data yang mewakili populasi. Pada penelitian ini penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling* menggunakan teknik *purposive sampling* dimana dipilih sesuai dengan pertimbangan yang telah ditentukan kepada responden.⁴ Kriteria responden dalam penelitian ini adalah Gen z yang berdomisili di Kota Padang, dan pernah melakukan pembelian produk *thrift fashion*, sehingga data yang diperoleh diharapkan mampu mencerminkan kondisi terkini mengenai pola konsumsi berkelanjutan. Pengambilan sampel menggunakan Rumus Lemeshow:

$$\frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 p(1-p)}{L^2}$$

³Wiwik Sulistiyowati, "Buku Ajar Statistika Dasar," *Jurnal Pilar* 14, no. 1 (2017): 15–31, <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>.

⁴ Ibid.

keterangan :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z_a = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 95\% = 1.96$

P = Prevalansi outcome karena data belum didapatkan, maka dipakai 50%

$$Q = 1 - P$$

L = Tingkat ketelitian 10%

$$\text{Berdasarkan rumus maka } n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96.04$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang valid dalam pelaksanaan penelitian ini penulis menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyajikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk memperoleh jawaban. Dalam penyusunan instrumen penelitian ini, penulis menggunakan skala penilaian (rating scale) sebagai alat ukur. Skala tersebut digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi responden terhadap objek penelitian. Pertanyaan- pertanyaan dalam kuesioner disajikan dalam skala 1-5, yang menjadi alternatif jawaban bagi responden.⁵

Skala rating terdiri dari 5 alternatif yaitu :

⁵ Rita Satria and Didin Choerul Imam, "Pengumpulan Data Secara Kuantitatif," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 7 (2024): 5490–5500, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.3020>.

Tabel 3.1 Skala rating

Positif (+)	Negatif (-)
5	1
4	2
3	3
2	4
1	5

Dalam penelitian ini, kuesioner disusun menggunakan jenis data interval, yang dinyatakan dalam bentuk angka dengan rentang nilai tertentu, mulai dari skala terendah hingga skala tertinggi, serta memiliki jarak yang sama antar setiap tingkatan nilai. Kuesioner tersebut disebarakan oleh penulis melalui internet.

F. Variabel Penelitian

1. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu perilaku konsumsi berkelanjutan, merupakan tindakan seorang individu dalam menggunakan produk dengan mempertimbangkan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta memperhatikan kesejahteraan generasi masa kini dan masa depan.

2. Variabel Bebas (Independen)

Variabel independen merupakan variabel yang secara sengaja ditetapkan oleh peneliti dalam suatu penelitian untuk mengetahui pengaruhnya terhadap variabel dependen. Variabel ini berfungsi sebagai faktor yang dapat memberikan pengaruh, baik positif maupun negatif, terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel bebas yaitu Harga, Gaya hidup, Kesadaran Lingkungan.

3. Variabel Mediasi

Variabel mediasi merupakan variabel perantara yang menjelaskan hubungan sebab dan akibat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel mediasi yaitu etika konsumsi. Adapun yang menjadi definisi operasional penelitian ini adalah :

Tabel 3.2 Defenisi operasional

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala pengukuran	Sumber
Harga (X1)	Harga merupakan sejumlah nilai ekonomi yang dinyatakan dalam satuan moneter dan harus dibayarkan oleh konsumen sebagai bentuk pertukaran untuk memperoleh manfaat, kepemilikan, maupun hak penggunaan atas suatu produk atau jasa. Harga menjadi ukuran persepsi konsumen terhadap kualitas ,manfaat dan kepuasan	1.Keterjangkauan harga 2.Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga 3.Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4.Kesesuaian harga dengan manfaat. ⁶	Rating Scale	Zeithaml (1988), Tjiptono (2015), Armstrong (2016), Suparyanto dan Rosad
Gaya hidup (X2)	Gaya hidup merupakan pola perilaku konsumen dalam menggunakan waktu,minat dan pandangannya. Gaya hidup tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat, serta menunjukkan bagaimana individu berinteraksi dengan lingkungannya. Dengan demikian gaya hidup mencerminkan cara berperilaku.	1. Kegiatan (<i>Activities</i>) 2. Minat (<i>Interest</i>) 3. Opini (<i>Opinion</i>). ⁷	Rating scale	Plummer dan Assael (1997), Kotler dan Keller (2016), Engel et.al (1995)
Kesadaran lingkungan (X3)	Kesadaran lingkungan adalah sikap atau tindakan yang bertujuan untuk memahami pentingnya menjaga lingkungan agar tetap sehat dan bersih. Kesadaran ini tercermin dari perilaku dan tindakan individu ketika mereka merasa tidak tertekan atau bebas dari tekanan	1. Kepercayaan umum (<i>General belief</i>) 2. Pengetahuan (<i>Knowledge</i>) 3. Sikap pribadi (<i>Personal attitudes</i>). ⁸	Rating scale	Albayrak (2013), Dunlap & Jones (2000), Zulfikar (2020)

⁶ Danny D S Mukuan, Veronica S Tendean, and Johny R E Tampi, "The Influence of Lifestyle and Price on Purchase Decisions for Starbucks Manado Town Square Products," *Productivity* 4, no. 1 (2023): 61–67

⁷ Soleman Juhdi Dalimunthe, "Pengaruh Lifestyle Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Ilmiah Satyagraha* 5, no. 2 (2022): 130–137.

⁸ Rika Anggela and Rina, "Pengaruh Model *Experiential Learning* Terhadap Kesadaran Lingkungan Siswa Sekolah Dasar," *Jurnal Pendidikan Sosial* 9, no. 2 (2022): 301–310, <https://doi.org/10.31571/sosial.v9i2.4920..>

Etika konsumsi (Z)	Etika konsumsi dalam Islam mengacu pada prinsip bahwa seseorang harus memperoleh barang-barang yang dikonsumsi melalui cara yang baik dan halal. Artinya proses mencari dan memproduksi barang untuk dikonsumsi harus dilakukan dengan niat yang benar, yaitu untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat.	1. Konsumsi barang yang baik dan halal 2. Kegunaan/manfaat barang yang dikonsumsi. ⁹ 3. Konsumsi tidak berlebihan 4. Tidak berbuat boros. ¹⁰	Rating scale	(Alghazali), (Mannan 2018), (Monzer Kahf)
Perilaku konsumsi berkelanjutan (Y)	Konsumsi merupakan elemen penting dalam sistem ekonomi, sedangkan ekonomi pada gilirannya merupakan konstruksi sosial yang melaluinya masyarakat menyusun struktur pertukaran barang dan jasa. Konsumsi berkelanjutan tercermin dalam perilaku rumah tangga maupun individu, namun dalam perkembangannya konsep ini meluas hingga mencakup pola konsumsi industri, pemerintah, dan masyarakat secara umum.	(1) Peduli terhadap lingkungan (<i>environmental concern</i>) (2) Efektivitas konsumen (<i>perceived consumer effectiveness</i>) ¹¹ (3) Kepedulian sosial (<i>Altruism</i>). ¹²	Rating scale	(Schwartz dan Sheth 1977), (Straughan & Roberts 1999), (Ellen et al. 2013)

G. Teknik Analisis Data

1. Pengolahan Data

Metode kuantitatif analisis statistik, *Partial Least Squares – Structural Equation Model* (PLS SEM), akan digunakan dalam penelitian ini untuk menguji korelasi antar variabel. Perangkat lunak Smart PLS versi 3 untuk

⁹ Rizki, “Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam, Konformitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif,” *Skripsi*, (2021), 1–120”

¹⁰ Zenita Alvina Fauziah et al., “Analisis Penerapan Pemikiran Ekonomi Al-Ghazali Dalam Teori Konsumsi,” *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2025): 81–102, <https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i2.2236>

¹¹ Straughan and Roberts, “Environmental Segmentation Alternatives: A Look at Green Consumer Behavior in the New Millennium.”

¹² A. Nurul Suci Amaliah et al., “Perilaku Konsumsi Berkelanjutan (*Sustainable Consumption Behavior*) Di Indonesia: Peran *Environmental Concern*, *Perceived Consumer Effectiveness* Dan *Altruism*,” *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)* 13, no. 2 (2023): 157, <https://doi.org/10.24036/011261450>

Windows10 digunakan untuk menguji model struktural dalam PLS. Pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam penelitian yang menghubungkan teori dan data. Karena dapat menjelaskan korelasi antar variabel dan tidak didasarkan pada banyak asumsi dengan cukup kuat.¹³

2. Metode Penyajian Data

Data untuk penelitian ini dikumpulkan dan disajikan dalam bentuk tabel. Penggunaan tabel dalam penelitian ini memudahkan proses analisis dan pemahaman data, sehingga penyajian data lebih sistematis.

3. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menggunakan berbagai teknik yaitu menggambarkan, menjelaskan, atau menampilkan data dengan cara memudahkan pemahaman, antara lain yaitu:

- a. Menghitung data seperti median, mean dan modus.
- b. Menentukan variabilitas data, seperti standar deviasi, varian, rentang.
- c. Menentukan ukuran distribusi data.¹⁴

Analisis data untuk penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model kausal yang menggambarkan bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel komponennya. *Outer model* dan *inner model* yang digunakan dalam analisis data ini.

1) Uji Outer Model (evaluasi model pengukuran)

Analisis *outer model* memastikan bahwa pengukuran yang dilakukan (valid dan reliabel). Model ini memberikan penjelasan hubungan antar variabel laten dengan indikator diuraikan secara spesifik. pengujian yang digunakan pada pengukuran *outer model* adalah uji validitas dan uji realibilitas.

a. Uji Validitas

¹³ Havid Fikry, Sumarsono, and Nur Mufliah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Mediator Kepuasan Konsumen Menggunakan Sem-Pls," *Jurnal Ilmiah Sain Dan Teknologi* 2, no. 10 (2024): 1–21.

¹⁴ Leni Masnidar Nasution, "Statistik Deskriptif," *Jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2017): 49–55, <https://doi.org/10.1021/ja01626a006>.

Uji validitas adalah salah satu uji yang akan digunakan untuk menilai apakah alat ukur mampu mengukur dengan tepat pada pengujian.¹⁵ Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi tingkat ketepatan setiap item pernyataan dalam kuesioner dalam mengukur konstruk yang diteliti. Proses pengujian validitas dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu *convergent validity*, pengukuran *average variance extracted* (AVE), serta pengujian *discriminant validity*.

(1) *Convergent Validity*

Tujuan pengukuran ini adalah untuk menentukan apakah setiap butir pertanyaan menilai dimensi variabel yang sama. Dengan demikian, hanya pertanyaan yang signifikan yang akan dimasukkan. Validitas dianggap terpenuhi apabila nilai loading untuk setiap item memiliki nilai lebih dari 0.5.¹⁶

(2) *Discriminant Validity*

Discriminant Validity merupakan suatu bentuk penilaian dalam mengonfirmasi, bahwa variabel itu berbeda secara teoritis dan dibuktikan secara empiris dengan pengujian statistik.¹⁷ Penilaian validitas diskriminan dalam penelitian ini dilakukan menggunakan rasio *Heterotrait–Monotrait* (HTMT). Suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai HTMT berada di bawah batas 0,90. Berdasarkan hasil analisis seluruh konstruk dalam model penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

(3) *Average Variance Extrated* (AVE)

Varians rata-rata yang diekstrak (AVE) digunakan untuk mengevaluasi validitas butir kuesioner dalam uji validitas ini. AVE adalah indikator ringkasan konvergen yang didefinisikan sebagai persentase rata-rata nilai varians yang diekstrak (AVE) antara butir kuesioner atau indikator suatu

¹⁵ Esi Rosita, Wahyu Hidayat, and Wiwin Yuliani, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial," *Fokus (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)* 4, no. 4 (2021): 279, <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Mohammed Salim et al., "Structural Equation Modeling of Critical Success Factors in the Programs of Development Regional" 8 (2023): 119–32, <https://doi.org/10.5267/j.jpm.2022.11.002>.

variabel. Jika nilai AVE setiap item kuesioner lebih dari 0,5, kriteria terpenuhi.¹⁸

b. Uji Reliabilitas

Dalam uji Reliabilitas hanya item yang telah terbukti valid yang diperiksa lebih lanjut dalam uji reliabilitas, yang dilakukan setelah uji validitas. Tujuan uji ini adalah untuk menilai tingkat konsistensi pengukuran dalam kuesioner, khususnya apakah alat tersebut akan menghasilkan hasil yang reliabel dan konsisten bahkan setelah pengukuran berulang. Teknik PLS SEM dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability* digunakan dalam uji reliabilitas kuesioner penelitian ini.

1. *Composite Reliability*

Merupakan pengukuran konstruk yang menggunakan indikator reflektif dengan *composite reliability*. Dari hasil output kriteria yang harus dipenuhi Adalah nilai di atas 0,7 sebagai syarat reliabilitas.¹⁹

2. *Cronbach's Alpha*

Uji *composite reliability* dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach's alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila mempunyai nilai *cronbach's alpha* melebihi 0,7.

2) Uji Inner Model

Dalam model struktural atau inner model ini tujuan utama Adalah melihat hubungan antar variabel laten. Estimasi model menggunakan SmartPLS dilakukan dengan metode PLS Bootstrapping yang merupakan prosedur untuk menilai Tingkat signifikan atau probabilitas koefisien jalur (*path coefficient*). Evaluasi model struktural menggunakan R-square untuk konstruk dependen, *ston-geisser Q-square test* untuk *predictive relevance*.

(a) R-Square (R^2)

Suatu nilai yang menunjukkan besar hubungan antar korelasi antar variabel. Menurut Hair et al, koefisien determinasi merupakan nilai R-

¹⁸ Siti Nurhalizah, Gusmi Kholijah, and Gusmanely. Z, "Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square," *Indonesian Journal of Applied Statistics* 6, no. 2 (2024): 125, <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i2.78921>.

¹⁹ Ibid.

Square, dengan kriteria pengujian jika nilai $R^2 \geq 0,75$ model adalah substansi kuat, jika nilai $R^2 \geq 0,50$ model adalah substansi moderate sedang dan jika nilai $R^2 \geq 0,25$ model adalah lemah.²⁰

(b) *Q2 Predictive relevance*

Memprediksi variabel yang diamati dan memperkirakan parameter konstruk adalah metode yang digunakan dalam estimasi model SmartPLS. Ghazali dan Latan menyatakan bahwa model dengan relevansi prediktif ditunjukkan oleh nilai $Q^2 > 0$, sedangkan model dengan relevansi prediktif rendah ditunjukkan oleh nilai $Q^2 < 0$. Q^2 mengukur estimasi parameter model serta nilai-nilai yang dapat diamati yang dihasilkannya. Relevansi prediktif Q-kuadrat digunakan untuk mengukur kekuatan model. Suatu model dianggap kuat jika nilai Q^2 nya 0,35, sedang jika 0,15, dan lemah jika 0,02.

H. Pengujian Hipotesis (*Bootstrapping*)

Hipotesis diuji dengan menganalisis pemodelan (SEM) dari seluruh model SmartPLS. Pengujian hipotesis menggunakan nilai t-statistik dan p-value yang diperoleh dari prosedur *bootstrapping* pada software smart PLS. Dalam pengujian hipotesis, hasilnya dianggap signifikan jika nilai p-value kecil dari 0,05 dan nilai t-statistik besar dari 1,96 . Sebaliknya, jika p-value besar dari 0,05 atau t-statistik kecil dari 1,96 maka hubungan antar variabel dianggap tidak signifikan.²¹

²⁰ Muhammad Sholihin, "(Partial Least Squares) Structural Equation Modeling," *Ikatan Akuntan Indonesia*, (2021), 1–24.

²¹ Lenni Khotimah Harahap, "Analisis Sem (*Structural Equation Modelling*) Dengan Smartpls (*Partial Least Square*)," *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, no. 1 (2020).