

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 3. 1 Logo Sare Studio

Sumber: Website Resmi Sare Studio (2025)

Sare Studio merupakan merek lokal dari Indonesia yang memperkenalkan pakaian-pakaian rumah seperti piyama dan baju santai dengan berfokus pada kenyamanan, estetika, dan keberlanjutan. Sare Studio lahir dari konsep yang akan pakaian santai yang tidak hanya nyaman digunakan di rumah, tetapi juga tetap memiliki nilai estetika yang tinggi. Sejak awal berdirinya, Sare Studio menempatkan nilai *conscious fashion* sebagai inti dari seluruh proses kreatif. Konsep *conscious fashion* ini menekankan bahwa setiap aspek produksi pakaian harus mempertimbangkan dampak terhadap lingkungan dan masyarakat, serta mengutamakan keberlanjutan dalam setiap tahapannya. Melalui pendekatan ini, Sare Studio tidak hanya menawarkan produk *fashion*, melainkan juga mengajak konsumen untuk menjadi bagian dari gaya hidup yang lebih sadar lingkungan.

Dibalik kesuksesan Sare Studio terdapat sekelompok kreator muda yang peduli terhadap isu keberlanjutan, Sare Studio bertujuan tidak hanya menjadi merek *fashion*, tetapi juga agen perubahan dalam industri yang selama ini dikenal sebagai salah satu penyumbang terbesar terhadap pencemaran lingkungan. Visi merek ini adalah menciptakan keseimbangan antara estetika dan etika dalam konsumsi

*fashion*, dengan cara mengedukasi konsumen akan pentingnya memilih produk yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Salah satu hal yang membedakan Sare Studio dengan merek lainnya adalah pendekatan komunikatifnya yang kuat melalui media sosial. Mereka secara aktif mengedukasi pengikutnya mengenai dampak industri *fashion* terhadap lingkungan, pentingnya keberlanjutan, serta kisah di balik setiap koleksi yang mereka luncurkan. Sare Studio juga menjalin kolaborasi dengan *influencer* dan komunitas



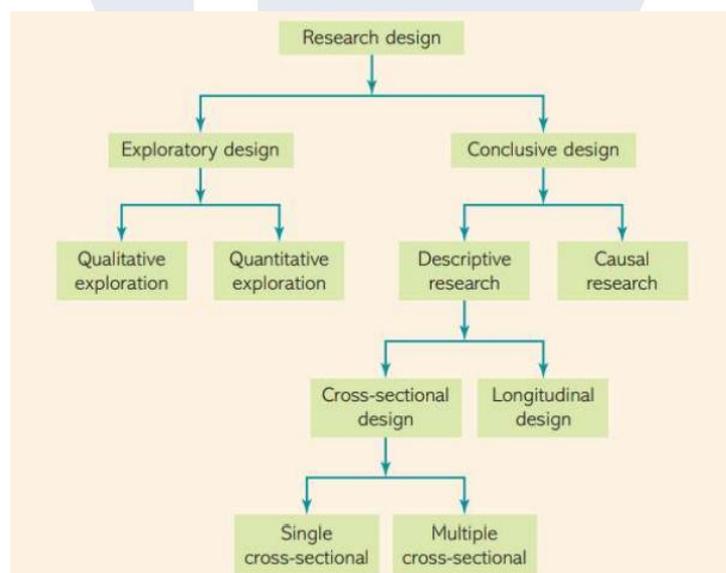
Gambar 3. 2 Produk Lingewear dari SARE studio

hijau untuk memperluas jangkauan pesannya dan membangun kesadaran konsumen terhadap *Sustainable Fashion*.

Dalam beberapa tahun terakhir, Sare Studio semakin dikenal di kalangan generasi Z dan milenial urban, yang memiliki kepedulian tinggi terhadap isu-isu lingkungan dan sosial. Berdasarkan pemantauan media sosial dan aktivitas pemasaran digital, merek ini memiliki engagement yang tinggi serta mendapat banyak testimoni positif dari pelanggan terkait kenyamanan, kualitas, dan desain produknya. Dengan pendekatan yang menggabungkan keberlanjutan, desain, dan edukasi, Sare Studio menjadi salah satu merek perintis dalam ekosistem *Sustainable Fashion* lokal.

### 3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra et al. (2021), desain penelitian adalah suatu rencana sistematis dan terstruktur yang dirancang untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data guna menjawab pertanyaan penelitian serta mengatasi masalah yang diidentifikasi secara efektif dan efisien. Desain penelitian merupakan rancangan menyeluruh yang menjadi panduan utama dalam pelaksanaan proses riset, mulai dari perumusan masalah, pemilihan metode pengumpulan data, penetapan sampel, hingga teknik analisis dan penafsiran hasil. Dengan mengikuti desain yang dirancang secara sistematis dan terstruktur, peneliti dapat mengurangi potensi bias dan kesalahan, sehingga hasil penelitian memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi.



Gambar 3. 3 Klasifikasi Marketing Research Design

Pada Gambar 3.3 menjelaskan struktur dan alur berjalannya sebuah penelitian. Dalam ilustrasi tersebut juga dijelaskan mengenai desain penelitian pemasaran yang dijabarkan oleh Malhotra et al. (2021). Desain penelitian dibagi ke dalam dua kategori yaitu *Exploratory Research* dan *Conclusive Research*, dengan penjelasan sebagai berikut :

### **3.2.1 Exploratory Research Design**

*Exploratory Research* merupakan sebuah desain penelitian yang digunakan untuk memahami secara mendalam suatu fenomena atau permasalahan yang masih belum jelas, belum terdefinisi secara lengkap, atau masih baru muncul dalam bidang kajian tertentu. Menurut Malhotra et al. (2021), desain ini berfungsi sebagai titik awal dalam proses penelitian ilmiah karena membantu peneliti untuk memperoleh pemahaman awal yang komprehensif terhadap isu yang diteliti. Penelitian eksploratori bersifat fleksibel, terbuka, dan tidak terlalu terstruktur, sehingga memungkinkan peneliti mengeksplorasi berbagai kemungkinan penyebab atau faktor yang berhubungan dengan fenomena yang dikaji tanpa batasan teoritis yang ketat. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis secara formal, melainkan untuk merumuskan pertanyaan penelitian atau hipotesis awal yang nantinya dapat diuji dalam desain penelitian kuantitatif seperti penelitian deskriptif atau kausal. Dalam desain penelitian *Exploratory Research* terdapat dua jenis pendekatan yaitu *Qualitative Explorotion* dan *Quantitative Explaration*. Pada *Qualitative Explarotion* di mana data dikumpulkan melalui teknik seperti wawancara mendalam, diskusi kelompok terarah (FGD), observasi langsung, atau studi literatur. Metode ini memberikan ruang bagi peneliti untuk memahami perspektif, motivasi, serta pandangan subjek penelitian secara menyeluruh dan mendalam. Pada *Quantitative Explaration* jenis penelitian yang menggabungkan elemen-elemen dari penelitian kuantitatif dengan tujuan mengeksplorasi hubungan antar variabel dalam konteks yang lebih terstruktur. Dalam hal ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dan menganalisis fenomena secara numerik dengan tujuan menggali wawasan yang dapat digunakan untuk merumuskan hipotesis atau pemahaman awal tentang suatu topik yang sedang diteliti.

### **3.2.2 Conclusive Research Design**

*Conclusive Research* merupakan sebuah desain penelitian pendekatan penelitian yang digunakan untuk menghasilkan kesimpulan yang pasti, terukur, dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Berbeda dengan penelitian eksploratori yang bersifat terbuka dan fleksibel, penelitian konklusif bersifat terstruktur, formal, dan sistematis, karena bertujuan untuk mengkuantifikasi data, menguji hipotesis, serta mengevaluasi hubungan antar variabel secara obyektif. Menurut Malhotra et al. (2021), desain penelitian konklusif memberikan informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan yang dapat diandalkan, dengan struktur penelitian yang sudah ditentukan sebelumnya, teknik pengumpulan data yang terstandarisasi, dan penggunaan analisis statistik untuk menguji validitas serta hubungan antar variabel. Penelitian ini dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu *Descriptive* dan *Causal*.

1) *Descriptive Research*

*Descriptive Research* atau sering disebut penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan karakteristik suatu populasi atau fenomena tertentu. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis atau menjelaskan hubungan sebab-akibat, melainkan berfokus pada pemaparan apa adanya mengenai suatu kondisi, peristiwa, atau objek penelitian. Berdasarkan cara pengambilan datanya dibagi menjadi 2 yaitu :

a) *Cross-Sectional Design*

*Cross Sectional Design* merupakan metode penelitian yang mengumpulkan data datau lebih dari satu sampel responden yang dapat di artikan hanya dapat dilakukan hanya satu kali saja dalam satu periode tertentu dengan tujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan kondisi saat itu, baik dalam hal karakteristik individu, opini, sikap, maupun hubungan antar variabel yang sedang diteliti. Malhotra et al. (2021) menegaskan bahwa desain ini bersifat

*Snapshot*, yang menangkap dan mendokumentasikan keadaan sesaat dari suatu populasi tanpa mempertimbangkan perubahan atau dinamika waktu. Malhotra juga mengelompokkan *Cross-Sectional Design* menjadi dua jenis utama, yaitu *Single cross-sectional design*, yaitu desain yang hanya melibatkan satu sampel responden. Data dikumpulkan satu kali saja. Dan ada *Multiple cross-sectional design*, yaitu desain yang melibatkan dua atau lebih sampel independen dari populasi yang berbeda, tetapi data tetap dikumpulkan pada waktu yang sama.

b) *Longitudinal Design*

*Longitudinal Design* merupakan penelitian kuantitatif untuk mengamati fenomena atau perubahan-perubahan dalam variabel tertentu secara berkelanjutan sepanjang periode waktu tertentu. Desain ini bertujuan untuk melacak perkembangan, tren, atau perbedaan dari waktu ke waktu, baik terhadap individu, kelompok, maupun organisasi. Desain longitudinal sangat bermanfaat ketika peneliti ingin mengetahui hubungan kausal yang lebih kuat, karena data dikumpulkan berulang kali sehingga pola dan arah perubahan antar variabel dapat diamati secara lebih akurat. Malhotra et al. (2021) menyatakan bahwa longitudinal design adalah pendekatan penelitian yang memungkinkan peneliti untuk melakukan pengukuran berulang terhadap satu atau lebih variabel dalam periode waktu tertentu terhadap sampel yang sama atau berbeda, guna mengidentifikasi evolusi perilaku atau kondisi dalam populasi yang sedang diteliti.

2) *Causal Research*

Causal research merupakan bentuk dari *conclusive research design* yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat antara dua atau lebih variabel. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan fenomena mengapa dan bagaimana suatu variabel memengaruhi variabel lainnya. *Causal research* dirancang secara sistematis dan terstruktur untuk menguji hipotesis mengenai adanya pengaruh langsung suatu faktor terhadap perilaku, sikap, atau hasil tertentu. Malhotra et al. (2021), *causal research* merupakan pendekatan kuantitatif yang digunakan ketika peneliti ingin mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai hubungan kausal, bukan sekadar hubungan korelasional. Dalam *casual research* peneliti mengontrol variabel bebas (*independent variable*) untuk mengamati efeknya terhadap variabel terikat (*dependent variable*), dan biasanya dilakukan melalui eksperimen atau rancangan kuasi-eksperimental. Dengan tujuannya untuk memastikan bahwa perubahan dalam variabel terikat disebabkan secara langsung oleh perubahan dalam variabel bebas, dan bukan oleh faktor eksternal lainnya.

Berdasarkan desain penelitian yang telah dijelaskan oleh Malhotra et al. (2021), penelitian ini menggunakan *Conclusive Research Design* dengan jenis *descriptive research*. Penelitian ini menggunakan *Conclusive Research Design* karena penulis melihat dan memeriksa apakah variable satu sama lain saling berhubungan, selain itu juga penulis juga ingin memberikan solusi yang tengah di hadapi oleh Sare Studio sehingga dapat membantu dalam melancarkan dalam keputusan bisnis mereka di masa yang akan datang. Penulis juga memilih *descriptive research* karena dengan adanya penelitian ini penulis dapat mendeskripsikan responden–responden orang yang telah mengetahui Sare Studio sebagai merek *Sustainable Fashion*. Adapun penulis memanfaatkan bagi untuk pengembangan merek Sare Studio dengan memanfaatkan *cross-sectional design*, yaitu *single cross-sectional design* untuk mendeskripsikan pengambilan datanya.

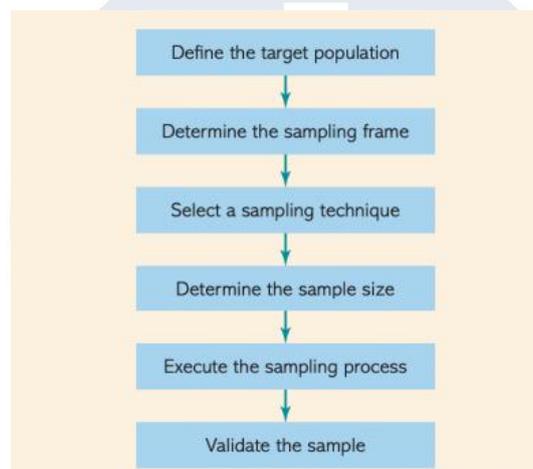
### 3.3 Prosedur Penelitian

Arikunto (2019) menjelaskan bahwa prosedur penelitian merupakan urutan kegiatan yang harus dilakukan peneliti agar proses penelitian berlangsung secara terstruktur dan logis. Prosedur ini memandu peneliti dari awal hingga akhir penelitian agar hasilnya valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Berikut merupakan prosedur penelitian yang dilakukan oleh penulis :

1. Mencari serta mengumpulkan informasi mengenai masalah yang dialami oleh suatu merek dalam menjalankan bisnis melalui artikel dan jurnal yang diangkat sebagai masalah dalam penelitian latar belakang.
2. Memilih jurnal utama yang sesuai dengan topik yang digunakan untuk menyelesaikan masalah penelitian dengan Menyusun model penelitian dan hipotesis.
3. Menyusun dan menyebarkan *Pilot Survey* kepada 40 responden untuk melakukan informasi terkait masalah yang dialami oleh Sare Studio.
4. Menyusun serta menyebarkan kuesioner yang telah berisi pertanyaan untuk disebarkan kepada responden untuk mendapatkan informasi yang tepat. Menurut Hair et al. (2010), jumlah responden yang harus dikumpulkan dalam sebuah penelitian merupakan hasil kali dari jumlah indikator yang dikalikan lima ( $n \times 5$ ). Penelitian ini memiliki 36 indikator, sehingga jika dikalikan 5, jumlah minimal responden yang dapat dikumpulkan sebanyak 180 responden.
5. Menganalisis 30 data kuesioner pertama yang telah di terkumpul sebagai data pre-test menggunakan IBM Statistic SPSS versi 26 dengan uji validitas dan reliabilitas.
6. Menganalisis 206 data kuesioner yang dianggap valid sebagai valid sebagai data utama penelitian menggunakan software SmartPLS versi 4.
7. Menyusun laporan penelitian dari Bab 1 hingga Bab 5 sesuai ketentuan yang telah ditetapkan.

### 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam melakukan penelitian harus menentukan populasi dan sampel. Menurut Malhotra et al. (2021), populasi penelitian adalah keseluruhan kelompok elemen atau individu yang memiliki satu atau lebih karakteristik yang sama dan relevan dengan tujuan penelitian, sedangkan sampel penelitian adalah subkelompok dari populasi yang dipilih untuk diobservasi dan dianalisis guna merepresentasikan karakteristik dari keseluruhan populasi.



Gambar 3. 4 Sampling Design Process

Terdapat 5 langkah dalam melakukan *sampling design*, yang dapat dilihat pada Gambar 3.4. Tahap pertama dalam melakukan untuk menentukan *sampling* adalah menentukan target populasi, lalu menentukan kerangka *sampling* lalu menentukan metode *sampling*, baru setelah itu dapat menentukan ukuran sampel, melakukan proses *sampling*, hingga melakukan validasi terhadap sampel yang telah ditentukan. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai *sampling design process*:

### 3.4.1 Populasi

Langkah pertama dalam melakukan *sampling design* adalah mengidentifikasi populasi. Populasi merupakan sebuah suatu kelompok berisi kumpulan elemen atau objek yang berisi informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dan menjadi dasar dalam

menarik suatu kesimpulan atau generalisasi hasil penelitian. Menurut Malhotra et al. (2021) dalam penelitian populasi memiliki 4 karakteristik yaitu :

**a. Element**

*Element* merupakan unit dasar dalam populasi yang menjadi sasaran utama pengukuran atau observasi. Dalam konteks penelitian pemasaran atau perilaku konsumen, *element* umumnya adalah individu misalnya konsumen, tetapi dapat juga berupa rumah tangga, organisasi, toko, atau produk. Misalnya, dalam penelitian ini tentang *element* yang digunakan responden yang mengetahui Sare Studio.

**b. Sampling Unit**

*Sampling unit* adalah satuan yang digunakan saat peneliti mengambil sampel dari populasi. Unit ini bisa sama dengan elemen misalnya konsumen individu, tetapi dalam beberapa kasus bisa berbeda. Contohnya, dalam penelitian ini pria dan wanita berusia 17 tahun ke atas yang mengetahui merek Sare Studio sebagai *Sustainable Fashion*, tetapi belum pernah melakukan pembelian Sare Studio sebelumnya.

**c. Excent**

*Extent* atau cakupan adalah batas-batas wilayah geografis yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun cakupan dalam penelitian ini adalah wilayah Indonesia, terutama Jabodetabek yang ingin dijadikan wilayah perkembangan Sare Studio di masa depan.

**d. Time**

Batasan waktu dalam definisi populasi suatu penelitian merujuk pada aspek waktu yang digunakan untuk menentukan periode yang relevan,. Dalam penelitian ini waktu penyebaran kuesioner dilakukan selama 3 bulan terhitung mulai dari Maret 2025 hingga Mei 2025.

### **3.4.2 Sampel**

Menurut Malhotra et al. (2021), sampel adalah sebuah kumpulan elemen dari populasi target yang dipilih melalui prosedur tertentu, dengan tujuan agar informasi yang diperoleh dari sampel dapat digunakan untuk menggeneralisasi kondisi seluruh populasi. Dalam penelitian, ini, sampel yang digunakan pria dan wanita berusia 17 tahun ke atas yang mengetahui merek Sare Studio sebagai *Sustainable Fashion*, tetapi belum pernah melakukan pembelian Sare Studio sebelumnya. Sampel menjadi objek pengamatan langsung yang digunakan untuk mengukur, menilai, atau menguji fenomena yang diteliti. Pemilihan sampel sangat penting dilakukan karena sebuah penelitian tidak dapat diukur dari seluruh populasi yang ada. Untuk memudahkan dalam menetapkan sampel, terdapat beberapa tahapan sampling menurut Malhotra et al. (2021) :

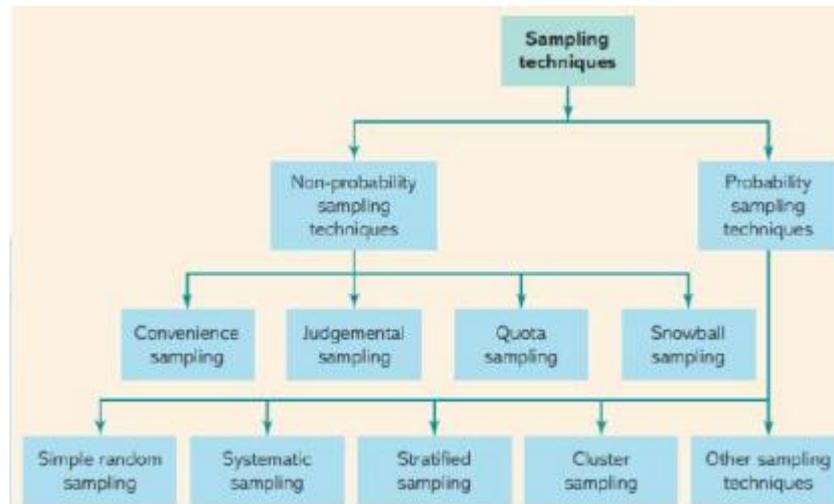
#### **3.4.2.1 Sampling frame**

Sekumpulan petunjuk yang tersedia dan dapat diakses oleh peneliti untuk proses pengambilan sampel, dengan kata lain seperti jembatan antara populasi teoretis dengan populasi aktual yang dapat diobservasi melalui pengambilan data. *Sampling frame* sangat penting karena menentukan kualitas dan representativitas dari sampel yang dipilih. Jika *sampling frame* tidak lengkap, tidak akurat, atau bias, maka hasil penelitian pun akan cenderung bias karena elemen-elemen populasi tertentu mungkin terlewat atau justru terlalu terwakili, Contoh dari *sampling frame* dalam berbagai jenis penelitian meliputi daftar pelanggan, database keanggotaan, direktori organisasi, registrasi online, atau daftar email. Namun untuk penelitian ini tidak menggunakan *Sampling Frame* karena penulis tidak memiliki daftar yang berisikan anggota dari suatu populasi.

#### **3.4.2.2 Sampling Technique**

*Sampling technique* menjelaskan metode yang digunakan peneliti untuk memilih sebagian anggota dari populasi target sebagai sampel dalam penelitian. Teknik ini sangat penting karena kualitas data yang diperoleh dan validitas hasil penelitian sangat bergantung pada bagaimana sampel tersebut diambil. Menurut

Malhotra et al. (20221) , *sampling technique* dikelompokkan menjadi 2 garis besar yaitu :



Gambar 3. 5 Klasifikasi Sampling Technique

### 1) *Non-probability Sampling Technique*

*Non-probability Sampling* adalah teknik sampling di mana elemen-elemen dalam populasi dipilih berdasarkan pertimbangan subjektif peneliti, seperti kemudahan akses, pertimbangan karakteristik tertentu, atau rujukan dari responden lain, bukan berdasarkan prosedur acak. Teknik ini banyak digunakan dalam penelitian eksploratif, kualitatif, atau dalam situasi di mana populasi tidak diketahui secara pasti, dan peneliti tidak memiliki sumber daya atau akses penuh untuk melakukan *probability sampling*. Salah satu keunggulan dari *non-probability sampling* adalah fleksibilitas dan efisiensi dalam pengumpulan data. Pada teknik *Non-probability Sampling* memiliki 4 teknik yaitu :

#### A. *Convenience Sampling*

*Convenience sampling* adalah tehnik pengambilan sampel berdasarkan kemudahan dalam akses dalam artian memilih responden dengan paling mudah dijangkau seperti tersedia saat itu juga. Teknik ini sangat umum digunakan

dalam penelitian yang bersifat awal, eksploratif, atau *pilot study*. Misalnya, seorang mahasiswa yang sedang melakukan survei bisa memilih responden dari teman sekelas atau orang yang kebetulan ditemui di kampus dengan membagikan kuesioner.

### **B. *Judgmental Sampling***

*Judgmental Sampling* merupakan tehnik dimana peneliti secara sengaja memilih individu atau kelompok tertentu yang dianggap paling relevan atau memiliki karakteristik spesifik yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Contohnya penelitian tentang minat beli terhadap *fashion* berkelanjutan dari merek lokal seperti Sare Studio. Keunggulan *judgmental sampling* terletak pada efisiensi dan kedalaman informasi yang dapat diperoleh, serta kemampuannya untuk menargetkan responden yang benar-benar memenuhi kriteria penelitian.

### **C. *Quota Sampling***

*Quota Sampling* merupakan tehnik yang melibatkan pengambilan sampel berdasarkan proporsi karakteristik tertentu dari populasi berdasarkan karakteristik tertentu seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan sebagainya.

### **D. *Snowball Sampling***

*Snowball Sampling* adalah tehnik yang dilakukan dengan merekrut responden awal dan meminta mereka untuk merekomendasikan responden lain dengan karakteristik serupa. Teknik-teknik ini sering dipilih karena praktis dan hemat biaya, Teknik ini digunakan ketika populasi target sulit dijangkau, langka, atau tidak memiliki daftar yang jelas, seperti komunitas marginal, kelompok profesional tertentu, atau individu dengan karakteristik spesifik.

## **2) Probability Sampling Technique**

*Probability sampling* adalah tehnik pengambilan sampel di mana setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih, karena prosesnya dilakukan secara acak. Beberapa metode dalam tehnik ini meliputi *Simple Random Sampling*, *Systematic Sampling*, *Stratified Sampling*, dan *Cluster Sampling*. Namun,

metode ini membutuhkan data populasi yang lengkap dan terstruktur. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan metode *Judgemental sampling* karena tidak memiliki daftar populasi lengkap (*sampling frame*), sehingga sampel dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti terhadap kriteria yang relevan.

#### **3.4.2.3 Sample Size**

Malhotra et al.(2020) menyatakan sample size jumlah unit atau responden yang diambil dari populasi untuk dijadikan sampel dalam suatu penelitian. Penentuan ukuran sampel yang tepat penting agar hasil penelitian dapat mewakili populasi secara akurat. Salah satu pedoman umum dalam menentukan jumlah sampel Aturan tersebut dapat dimasukkan ke dalam rumus ( $n \times 5$ ) dengan “n” adalah jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, jumlah indikator yang digunakan sebanyak 36 indikator, sehingga jika dimasukkan ke dalam rumus menjadi  $36 \times 5$  yang menghasilkan 180 sampel; penelitian ini membutuhkan 180 sampel untuk diteliti. Pendekatan ini digunakan agar analisis data, terutama analisis statistik seperti regresi atau SEM, dapat dilakukan secara valid dan reliabel.

#### **3.5 Tehnik Pengumpulan Data**

Malhotra et al. (2020) menjelaskan bahwa pengumpulan dan analisis data dalam sebuah penelitian dapat membantu untuk mendefinisikan masalah penelitian dan mengembangkan pendekatan. Malhotra et al. (2020) membagi sumber data penelitian menjadi 2 sebagai berikut:

##### **1) Data Primer**

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab permasalahan penelitian. Karena diperoleh secara langsung dari sumber pertama, data ini cenderung lebih akurat dan relevan dengan tujuan penelitian, meskipun proses pengumpulannya membutuhkan waktu dan biaya yang lebih besar. Metode pengumpulan data primer dapat berupa survei,

observasi, eksperimen, atau wawancara. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer yang diperoleh melalui *survey online* menggunakan Google Form. Responden yang dipilih telah disesuaikan dengan kriteria penelitian, dan penyebaran kuesioner dilakukan melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, X (Twitter), dan TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan sesuai target.

## 2) **Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan tertentu, namun dapat dimanfaatkan kembali oleh peneliti untuk kepentingan penelitian yang berbeda. Data ini umumnya digunakan sebagai referensi atau landasan teoritis karena telah tersedia sebelumnya. Meskipun tidak se-spesifik data primer, data sekunder tetap bermanfaat apabila dipilih dan dianalisis dengan cermat sesuai kebutuhan penelitian. Sumber data sekunder dapat berupa laporan penelitian terdahulu, data perusahaan, artikel ilmiah, jurnal, maupun publikasi lainnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dari artikel, jurnal ilmiah, serta hasil-hasil penelitian sebelumnya yang dianggap relevan dan mendukung pembahasan serta tujuan penelitian.

## **3.6 Identifikasi Variabel Penelitian**

Variabel Penelitian bisa diartikan sebagai objek pengamatan atau pengukuran dalam suatu penelitian untuk memperoleh data untuk di jadikan sebagai bahan penelitian dan di Analisa yang akan di ambil menjadi Kesimpulan. Hair et al. (2017) membagi variabel penelitian menjadi beberapa kategori sebagai berikut:

### **3.6.1 Variabel Eksogen**

Menurut Hair et al. (2017), variabel eksogen adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian, tetapi dapat memengaruhi satu atau lebih variabel lain dalam model tersebut. Variabel ini biasanya berfungsi

menjelaskan konstruk lain dalam model tetapi tidak dijelaskan oleh konstruk mana pun. dengan kata lain, variabel eksogen merupakan titik awal dalam sistem hubungan kausal antar konstruk laten, karena tidak ada variabel lain yang memiliki pengaruh langsung terhadapnya dalam model. Oleh karena itu, variabel eksogen umumnya berperan sebagai variabel bebas atau independen, yang digunakan untuk memprediksi atau memberikan kontribusi terhadap perubahan pada variabel lain. variabel eksogen yang digunakan berjumlah 7 variabel, yaitu *Green Perceived Value*, *Green Perceived Quality*, *Perceived Price*, *Social Influence*, *Perceived Distribution*, *Environmental Concern*, *Environmental Knowledge*.

### **3.6.2 Variabel Endogen**

Menurut Hair et al. (2017), variabel endogen adalah variabel yang di pengaruhi oleh satu atau lebih variabel lainnya variabel endogen berperan sebagai variabel terikat (dependen) yang menerima pengaruh dari variabel lain (biasanya variabel eksogen) dalam struktur model. Variabel endogen sangat penting menunjukkan hasil akhir dari hubungan kausal yang dibangun dalam model. variabel endogen yang digunakan berjumlah 2 variabel, yaitu *Product Attitude* dan *Purchase Intention*.

### **3.6.3 Variabel Teramati**

Menurut Hair et al. (2017), Variabel teramati variabel yang secara langsung diukur, dan digunakan untuk menggambarkan konstruk laten yang tidak dapat diukur secara langsung.

### **3.7 Operasional Tabel**

Definisi operasional variabel adalah penjabaran konsep abstrak menjadi indikator-indikator yang terukur agar dapat dioperasionalkan dalam bentuk item kuesioner. Tujuan penyusunan definisi operasional adalah untuk memastikan konsistensi pemahaman antara peneliti dan responden, sehingga hasil pengukuran lebih valid dan reliabel. Dalam penelitian ini, terdapat sembilan variabel yang

diukur, terdiri atas delapan variabel independen dan satu variabel dependen.

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini, yaitu :

Tabel 3. 1 Definisi Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Indikator	Referensi
				(Bahasa Inggris)	(Bahasa Indonesia)	
1	<i>Green Perceived Value</i>	Persepsi konsumen mengenai nilai suatu produk atau layanan didasarkan pada dampak positifnya terhadap lingkungan. Muzakki & Rofianto (2023)	GPV1	I purchase sustainable clothing because it is environmentally friendly.	Saya berfikir untuk membeli <i>Sustainable fashion</i> Sare Studio karena ramah lingkungan	Muzakki & Rofianto (2023)
			GPV2	I purchase sustainable clothing because it has more environmental benefits than other products	Saya merasa membeli <i>Sustainable fashion</i> Sare Studio memiliki lebih banyak manfaat lingkungan dibandingkan pakaian lain produk	
			GPV3	Purchasing sustainable clothing would make a good impression on others	Saya merasa membeli pakaian <i>Sustainable fashion</i> Sare Studio akan memberikan kesan yang baik pada orang lain	

			GPV 4	When I buy sustainable clothing products, I get value for its money	Saya merasa membeli produk <i>Sustainable fashion</i> Sare Studio , akan mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang dikeluarkan	
2	<i>Green Perceived Quality</i>	Penilaian pelanggan terhadap kualitas atau keunggulan keseluruhan suatu produk dalam kaitannya dengan tujuan penggunaannya. Hartanti et al.(2024)	GPQ 1	The quality of sustainable clothing is regarded as the best benchmark with respect to environmental concern	Kualitas Sustainable  Fashion dari Sare Studio dianggap sebagai tolok ukur terbaik dalam hal kepedulian lingkungan	Hartanti et al. (2024)
			GPQ 2	The quality of sustainable clothing is reliable with respect to environmental	Kualitas Sustainable	

				consideration	Fashion dari Sare Studio dapat diandalkan dalam mendukung kelestarian lingkungan	
			GPQ 3	The quality of sustainable clothing is durable with respect to environmental performance	Kualitas <i>Sustainable fashion</i> Sare Studio tahan lama sehingga ramah lingkungan.	
			GPQ 4	The quality of sustainable clothing is excellent with respect to environmental image	Kualitas Sustainable Fashion dari Sare Studio sangat baik dalam kelestarian lingkungan	
3	<i>Perceived Price</i>	Penilaian pelanggan terhadap harga yang harus mereka bayar untuk suatu produk.	PP1	Price is a major concern for me to go for sustainable clothing	Harga menjadi pertimbangan utama saya dalam memilih <i>Sustainable fashion</i> dari Sare Studio	Wijaya & Wahyudi (2024)
			PP2	The price of sustainable	Harga Sustainable	

		(Wijaya & Wahyudi (2024))		clothing is acceptable	Fashion dari Sare Studio dapat diterima.	
			PP3	Sustainable clothing has a fairly affordable price	<i>Sustainable fashion</i> dari Sare Studio memiliki harga yang cukup terjangkau	
			PP4	I think the price of sustainable clothing is in line with the value of the product	Saya merasa harga <i>Sustainable fashion</i> dari Sare Studio sejalan dengan nilai produknya.	
4	Social Influence	Proses di mana seseorang menyesuaikan sikap dan perilakunya agar selaras dengan ekspektasi serta tindakan pihak lain, seperti individu,	SI1	I learn from my friends, family and classmates about sustainable clothing products	Saya belajar dari teman saya tentang produk <i>Sustainable fashion</i> dari Sare Studio	Liang et al. (2024)

	kelompok, media massa, dan iklan komersial. Liang et al. (2024)			
		SI2	If my friends purchase sustainable clothing products, I will buy them	Jika teman-teman saya membeli produk <i>Sustainable fashion</i> dari Sare Studio, saya akan membelinya
		SI3	I will share information on how to buy sustainable clothing products with my friends	Saya akan berbagi informasi tentang cara membeli produk <i>Sustainable fashion</i> Sare Studio dengan teman-teman saya
		SI4	Most of my friends and family buy sustainable clothing products	Sebagian besar teman saya membeli produk <i>Sustainable fashion</i> Sare Studio

5	Product Design	Pembuatan deskripsi produk yang komprehensif dan cermat yang disesuaikan untuk memenuhi persyaratan pelanggan.  Gilal et al. (2018)	PD1	The clothing has a classic design, aesthetically sustainable over time	<i>Sustainable fashion</i> Sare Studio memiliki desain klasik, yang secara estetika dapat bertahan lama	Gilal et al. (2018)
			PD2	The design of the clothing is optimal and can be recycled into other products	Desain Sustainable Fashion Sare Studio sangat optimal sehingga dapat didaur ulang menjadi produk lain	
			PD3	The design of sustainable clothing is simple but beautiful	Desain Sustainable Fashion Sare Studio sederhana namun indah	

			PD4	The Design <i>Sustainable fashion</i> is easily accepted in the environment	Desain <i>Sustainable fashion</i> Sare Studio mudah diterima di dalam lingkungan	
6	Environment Concern	Sikap masyarakat kesadaran, kemampuan, dan keterlibatan dalam mengatasi tantangan lingkungan. Biswas & Roy (2015)	EC1	Environmental protection will help people have a better quality of life	Perlindungan lingkungan akan membantu masyarakat memiliki kualitas hidup yang lebih baik	Biswas & Roy (2015)
			EC2	I am concerned about environmental development	Saya memiliki perhatian lebih pada perkembangan lingkungan	
			EC3	I often think about the potential negative development of the environmental situation	Saya sering berpikir tentang potensi negatif pada lingkungan sekitar	

			EC4	I am concerned that humanity will cause lasting damage towards the environment	Saya khawatir perilaku manusia dapat menyebabkan kerusakan lingkungan yang berkelanjutan	
7	Environment Knowledge (EK)	Pemahaman individu mengenai isu-isu lingkungan, termasuk dampak aktivitas manusia terhadap lingkungan serta cara-cara untuk mengurangi efek negatifnya melalui tindakan yang lebih ramah lingkungan.	EK1	I know what sustainable clothing is	Saya tahu apa itu <i>Sustainable fashion</i>	Yadav & Pathak (2016)
			EK2	I know what an environmental label is	Saya tahu apa itu label ramah lingkungan	

		Yadav & Pathak (2016)	EK3	I know that using sustainable clothing reduces the damage to the environment	Saya tahu bahwa menggunakan <i>Sustainable fashion</i> dapat mengurangi kerusakan lingkungan	
			EK4	I know <i>Sustainable fashion</i> is about supporting a better life.	Saya tahu <i>Sustainable fashion</i> merupakan mendukung hidup yang lebih baik.	
8	Product Attitude	Persepsi, evaluasi, dan respons emosional konsumen terhadap suatu produk, yang dapat dipengaruhi oleh faktor seperti kualitas, manfaat, dan dampak produk terhadap lingkungan.	PAT1	I prefer using sustainable clothing products over other general clothing products	Saya lebih suka menggunakan produk <i>Sustainable Fashion Sare Studio</i> daripada produk pakaian umum lainnya.	Sun & Wang (2019)
			PAT2	I think purchasing sustainable clothing	Saya berfikir membeli produk Sustainable	

	Sun & Wang (2019)		products is good for me	Fashion Sare Studio baik untuk saya
		PAT3	I think sustainable clothing products that can reduce environmental damage are important	Saya berfikir produk <i>Sustainable fashion</i> Sare Studio dapat mengurangi kerusakan lingkungan merupakan hal yang penting
		PAT4	I am willing to purchase sustainable clothing products that are good for the environment	Saya bersedia membeli produk Sustainable  Fashion Sare Studio yang baik untuk lingkungan

9	Purchase Intention	kecenderungan psikologis konsumen untuk membeli suatu produk berdasarkan evaluasi, persepsi, dan sikap mereka terhadap produk tersebut. Fenny Wijaya & Budiono (2024)	PI1	I consider purchasing sustainable clothing	Saya mempertimbangkan untuk membeli <i>Sustainable fashion</i> Sare Studio	Fenny Wijaya & Budiono (2024)
			PI2	I intend to buy sustainable clothing instead of conventional clothing in the future	Saya bermaksud membeli <i>Sustainable fashion</i> Sare Studio daripada pakaian tidak rama lingkungan di masa mendatang	
			PI3	I might possibly buy sustainable clothing in the future	Saya mungkin akan membeli Sustainable Fashion Sare Studio di masa depan	

			PI4	I would consider buying sustainable clothing if I happen to see them in a (n) (online) store.”	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli <i>Sustainable fashion</i> Sare Studio jika saya kebetulan melihatnya di retail	
--	--	--	-----	--	--	--

### 3.8 Tehnik Analisis Data

Menurut Hair et al. (2017), teknik analisis data merupakan serangkaian prosedur yang digunakan untuk mengolah, menginterpretasikan, serta menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan dalam suatu penelitian. Terdapat berbagai metode analisis yang dapat diterapkan sesuai dengan tujuan dan jenis data yang digunakan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis faktor dan PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling) sebagai teknik analisis data, sesuai dengan pendekatan yang dijelaskan oleh Malhotra et al. (2020) dan Hair et al. (2017). Kedua metode ini dipilih karena mampu mengidentifikasi struktur hubungan antar variabel secara mendalam serta menguji model penelitian secara simultan.

#### 3.8.1 Analisis Data Pre-Test dengan Factor Analysis

Menurut Hair et al. (2017), *pre-test* merupakan tahap awal yang penting dalam pengujian instrumen penelitian untuk menilai sejauh mana indikator mampu merepresentasikan variabel yang diteliti secara tepat dan konsisten. Tujuan utama dari *pre-test* adalah untuk mengidentifikasi kelemahan pada instrumen sebelum digunakan dalam survei utama, sehingga memungkinkan peneliti melakukan perbaikan lebih awal. Dalam penelitian ini, *pre-test* dilakukan pada 30 responden awal yang telah memenuhi kriteria yang ditentukan. Selanjutnya, analisis data dilakukan dengan menggunakan *factor*

*analysis*, yaitu metode statistik yang bertujuan untuk meringkas (*summarization*) dan mereduksi (*reduction*) sejumlah indikator ke dalam beberapa faktor utama yang memiliki keterkaitan tinggi (*Malhotra et al.*, 2020). Melalui *factor analysis*, dilakukan pula uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen yang digunakan layak dan konsisten, dengan bantuan *software* IBM SPSS versi 26.

**a) Uji Validitas**

Menurut *Malhotra et al.* (2020), validitas adalah sejauh mana suatu instrumen pengukuran mampu secara akurat menggambarkan tujuan pengukuran, atau dengan kata lain, menunjukkan bahwa instrumen tersebut benar-benar mengukur karakteristik atau fenomena yang diteliti. Validitas memastikan bahwa indikator dalam suatu skala tidak menyimpang dari variabel yang ingin diukur. Terdapat tiga jenis validitas utama, yaitu *content validity* yang menilai apakah isi instrumen mencakup seluruh aspek konstruk yang diukur, *construct validity* yang memastikan skala mengukur konstruk secara teoritis dan sesuai dengan model konseptual, serta *criterion validity* yang membandingkan hasil pengukuran dengan variabel kriteria tertentu untuk menilai kesesuaiannya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *construct validity* untuk mengukur data *pre-test*, karena instrumen yang digunakan berupa indikator-indikator pertanyaan yang disusun berdasarkan teori dan ditujukan untuk mengukur variabel secara konseptual. . Selain itu, pengujian validitas sebuah instrumen pengukuran harus mengikuti beberapa kriteria berikut, yaitu :

Tabel 3. 2 Syarat Uji Validitas

No	Ukuran Validitas	Definisi	Syarat Validitas
1	<i>Kaiser–Meyer–Olkin</i> (KMO)	Indeks yang digunakan untuk mengukur kelayakan	Nilai KMO $\geq$ 0,5 mengartikan bahwa analisis faktor telah

		atau kesesuaian analisis faktor.	memenuhi syarat dan valid.
2	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	Uji statistik untuk menguji bahwa variabel-variabel tidak memiliki korelasi antara satu sama lainnya.	Nilai significant $\leq 0,05$ mengartikan bahwa tidak ada hubungan yang terjadi antara variabel-variabel, sehingga dikatakan valid.
3	<i>Anti Image Matrices (Measure of Sampling Adequacy)</i>	Alat untuk mengukur tingkat kelayakan hubungan antara variabel-variabel dalam model penelitian setelah analisis faktor	Nilai MSA $\geq 0,5$ mengartikan bahwa variabel layak untuk dilakukan uji selanjutnya.
4	Factor Loading of Component Matrix	Alat untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara indikator dengan variabel yang sedang dianalisis dalam analisis faktor.	Nilai factor loading $\geq 0,5$ mengartikan bahwa indikator semakin baik dalam menjelaskan variabel

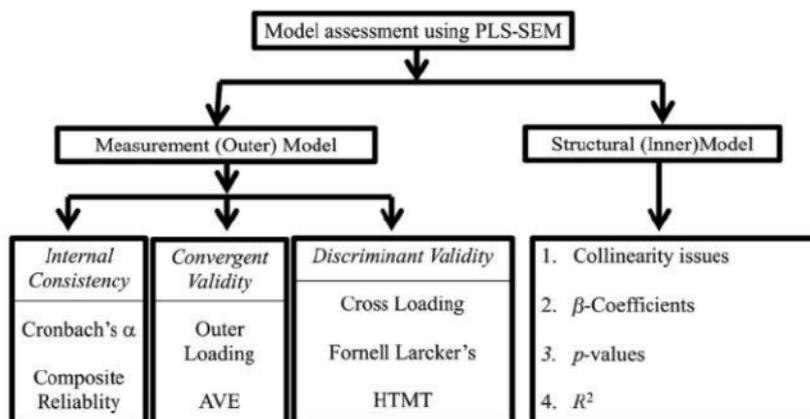
#### b) Uji Reliabilitas

Menurut *Malhotra et al.* (2020), reliabilitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen pengukuran mampu memberikan hasil yang konsisten ketika

digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Artinya, instrumen tersebut memiliki tingkat kestabilan dan konsistensi yang tinggi, sehingga hasil pengukurannya dapat dipercaya. Konsistensi ini juga tercermin dari kesamaan jawaban responden ketika mereka menjawab pertanyaan survei pada waktu yang berbeda. Dalam pengujian reliabilitas, kriteria yang digunakan adalah nilai *Cronbach's Alpha*, di mana suatu instrumen dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,6$ .

### **3.8.2 Analisis Data Main-Test dengan Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS- SEM)**

Menurut Malhotra *et al.* (2020), *structural equation model (SEM)* merupakan model statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dalam sebuah penelitian. Sementara itu, Hair *et al.* (2017) menjelaskan bahwa *SEM* adalah metode analisis yang memperkirakan keterkaitan antara konstruk-konstruk yang direpresentasikan oleh variabel-variabel pengukuran. Terdapat dua pendekatan dalam *SEM*, yaitu *CB-SEM (Covariance Based SEM)* dan *PLS-SEM (Partial Least Squares SEM)*. *CB-SEM* biasanya digunakan untuk menguji teori dengan mengevaluasi sejauh mana model teoritis sesuai dengan data sampel, sedangkan *PLS-SEM* lebih cocok digunakan untuk penelitian eksploratif yang bertujuan mengembangkan teori. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *PLS-SEM* sebagai alat analisis karena sesuai dengan tujuan penelitian yang bersifat eksploratif.



Gambar 3. 6 Flowchart Model PLS-SEM

### 3.8.2.1 Measurement Model (Outer Model)

Menurut *Hair et al. (2017)*, *measurement model* merupakan model yang digunakan untuk menggambarkan sejauh mana indikator mampu merefleksikan konstruk atau variabel laten melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Model ini menjelaskan hubungan antara variabel yang diamati dengan konstruk teoritis, serta melibatkan dua jenis variabel, yaitu variabel eksogen dan endogen. Terdapat tiga kriteria utama dalam pengujian *measurement model*. Pertama, *Convergent Validity*, yang menunjukkan sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk memiliki keterkaitan tinggi satu sama lain, dengan indikator pengujian berupa *outer loading* dan *average variance extracted (AVE)*. Kedua, *Discriminant Validity*, yang memastikan bahwa konstruk yang diuji berbeda secara jelas dari konstruk lain dalam model, yang dievaluasi melalui nilai *Cross loading* dan metode *Fornell-Larcker*. Ketiga, *Internal Consistency* atau reliabilitas internal, yang menurut *Malhotra et al. (2020)*, mengukur konsistensi indikator dalam merepresentasikan konstruk, yang dianalisis menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability (CR)*.

Berdasarkan kriteria yang telah dijelaskan , tabel 3.3 menjelaskan syarat uji sebuah data sehingga bisa dikatakan valid dan reliabel pada kriteria Measurement Model Menurut *Hair et al. (2017)*,

Tabel 3. 3 Syarat Uji Measurement Model (Outer Model)

No	Kriteria	Parameter	Definsi Parameter	Syarat Pengukuran
1.	Convergent Validity	Outer Loading (Loading Factor)	Sejauh mana indikator berkontribusi dalam menjelaskan konstruk laten. (Hair et al., 2015).	Data dianggap valid jika nilai outer loading $\geq 0,7$ .
		Average Variance Extracted (AVE)	Varian didalam indikator yang umum digunakan untuk mengukur validitas konvergen. Hair et al.( 2021)	Data dianggap valid jika nilai AVE $\geq 0,5$ .
2.	Discriminant Validity	Cross Loading	Situasi indikator yang menunjukkan korelasi (hubungan) antara satu indikator dengan semua konstruk laten yang ada dalam	Data dianggap valid jika nilai cross loading dari masingmasing indikator $>$ nilai cross loading dari indikator lainnya.

			model. Hair et al. ( 2021)	
		Fornell Larcker's ( $\sqrt{AVE}$ )	Situasi Dimana Nilai $\sqrt{AVE}$ harus lebih besar daripada korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lain. Hair et al. ( 2021)	Data dianggap valid jika nilai AVE dari masingmasing indikator > nilai AVE dari indikator lainnya.
3.	Internal Consistency (Reliability)	Cronbach's Alpha	Ukuran reliabilitas memastikan bahwa semua item dalam kuesioner menghasilkan data yang dapat diandalkan dan seragam.. Ghozali & Latan (2015)	Data dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$ .
		Composite Reliability (CR) ( $\rho_c$ )	Jumlah total variasi skor dibandingkan dengan variasi skor total (Malhotra et al., 2020).	Data dianggap reliabel jika nilai CR $\geq 0,7$ .

### 3.8.2.2 Structural Model (Inner Model)

Menurut Hair *et al.* (2017), *structural model* adalah model yang digunakan untuk menggambarkan pengaruh antar variabel dalam penelitian, sekaligus berfungsi untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Model ini menjelaskan seberapa kuat dan signifikan hubungan antara variabel eksogen dan endogen dalam suatu kerangka teoritis. Terdapat tiga parameter utama dalam menguji *structural model*, yaitu pertama, *beta coefficients* ( $\beta$ ) yang menunjukkan besar dan arah pengaruh antar variabel semakin tinggi nilai beta positif, semakin kuat hubungan langsung antara variabel tersebut, kedua, *p-value* yang menunjukkan signifikansi statistik hubungan antar variabel, di mana hubungan dikatakan signifikan jika nilai  $p < 0,05$  dan ketiga, *R<sup>2</sup> value* atau koefisien determinasi yang mengukur seberapa besar variasi pada variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Nilai *R<sup>2</sup>* sebesar 0,75 menunjukkan model yang kuat, 0,50 cukup baik, dan 0,25 tergolong lemah. Ketiga ukuran ini menjadi dasar dalam menilai seberapa baik model penelitian menggambarkan hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti.

### 3.9 Teknik Penskalaan

Menurut Malhotra *et al.* (2020), penskalaan (*scaling*) merupakan proses dalam penelitian untuk menyusun objek atau responden ke dalam suatu kontinum atau skala berdasarkan karakteristik yang ingin diukur. Proses ini bertujuan untuk mengklasifikasikan objek berdasarkan atribut tertentu sehingga dapat dibandingkan secara sistematis. Melalui penskalaan, peneliti dapat menilai sejauh mana responden menunjukkan sikap, persepsi, atau preferensi terhadap suatu hal. Teknik penskalaan ini disebut sebagai *scaling techniques*, dan secara umum dikategorikan ke dalam dua kelompok besar berdasarkan jenis pendekatannya.

#### 1) *Comparative Scales*

*Comparative scales* adalah metode penskalaan yang mengharuskan partisipan untuk membandingkan secara langsung dua atau lebih objek stimulus. Dalam pendekatan ini, responden diminta memilih atau menilai objek mana

yang lebih disukai atau dianggap lebih unggul dibandingkan yang lain. Terdapat tiga teknik utama dalam *comparative scales*: pertama, *paired comparison*, yaitu partisipan diminta memilih salah satu dari dua objek yang dibandingkan; kedua, *rank order*, di mana responden mengurutkan objek dari yang paling disukai hingga paling tidak disukai; dan ketiga, *constant sum*, yakni partisipan mengalokasikan sejumlah unit tetap ke beberapa objek berdasarkan preferensi atau penilaian mereka.

## 2) *Non-comparative scales*

*Non-comparative scales* adalah metode penskalaan di mana setiap objek stimulus dinilai secara mandiri, tanpa dibandingkan langsung dengan objek lain. Artinya, partisipan mengevaluasi objek berdasarkan persepsi mereka sendiri tanpa pengaruh dari pilihan lain. Metode ini terdiri dari empat teknik utama: (a) *continuous scale*, partisipan diminta memberikan respons di sepanjang garis kontinu antara dua hal yang berlawanan; (b) *semantic differential*, partisipan memilih posisi di antara dua kutub kata sifat yang berlawanan untuk menunjukkan persepsi mereka; (c) *Likert scale*, partisipan menilai sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju terhadap suatu pernyataan tentang objek tertentu; dan (d) *staple scale*, partisipan memilih angka positif atau negatif yang menggambarkan sikap mereka terhadap suatu kata sifat tertentu yang berkaitan dengan objek.