

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pijak Bumi merupakan *brand* lokal asal Bandung, yang memproduksi alas kaki dari bahan-bahan ramah lingkungan. Pijak Bumi didirikan oleh seorang desainer bernama Rowland Asfales pada tahun 2016. Dibentuknya *brand* Pijak Bumi terinspirasi oleh ketidakadilan sosial dan juga lingkungan dalam industri fesyen, khususnya alas kaki. Keprihatinan kepada para pekerja pengerajin sepatu di kawasan Bandung yang bekerja dalam lingkungan yang tidak sehat, penuh dengan paparan bahan kimia, dan juga praktik limbah yang tidak ramah lingkungan. Hal tersebut memotivasi Rowland Asfales untuk mendirikan *brand* sepatu ramah lingkungan bernama Pijak Bumi. Visi utama Pijak Bumi adalah menciptakan produk yang bukan hanya mementingkan fungsional dan mengikuti tren, akan tetapi menciptakan produk yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Karena hal tersebut, Pijak Bumi muncul sebagai pelopor gerakan *slow fashion* dalam industri alas kaki di Indonesia, yang mana menggabungkan desain yang inovatif dengan prinsip keberlanjutan.



Gambar 3. 1 Logo Pijak Bumi

Sumber: Pijak Bumi

Dilansir dari SWA (2023) Rowland Asfales menyatakan “Inspirasi nama Pijak Bumi berasal dari filosofi berjalan tanpa alas kaki di alam, yang dipercaya mampu menyeimbangkan energi tubuh secara alami. Konsep ini kemudian

diterjemahkan ke dalam desain sepatu mereka, dengan harapan setiap pemakainya bisa merasa lebih selaras dengan alam dan hidup secara lebih seimbang”. (Sesuai gambar 3.1, logo Pijak Bumi dengan tulisan “bumi” memiliki filosofi yang mencerminkan keberlanjutan dan kedekatan dengan alam. Huruf “b” didesain menyerupai tunas yang melambangkan pertumbuhan dan kehidupan. Selain itu, pada bagian huruf “m” dan “i” yang membentuk sebuah gelombang yang melambangkan keseimbangan dan juga kesinambungan.

Pijak Bumi memiliki filosofi bahwa produk yang baik bukan hanya dilihat dari estetikanya saja, tetapi juga harus mempunyai dampak positif bagi umat manusia. Maka dari itu, seluruh proses produksi sepatu mereka berlandaskan prinsip *circular economy* dan menerapkan keberlanjutan secara menyeluruh. Mereka juga sangat fokus pada penciptaan rantai pasokan yang bertanggung jawab dan juga transparan. Produk dari Pijak Bumi dibuat dari bahan-bahan alami yang dapat terurai atau juga di daur ulang, seperti serat kenaf, eceng gondok, kulit kayu nyamu, kapas daur ulang, dan juga serat karet alam. Pada proses produksinya, Pijak Bumi juga meminimalkan limbah serta penggunaan bahan kimia yang berbahaya.



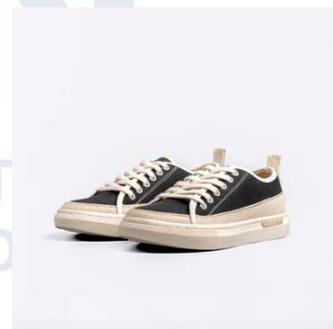
Gambar 3. 2 Atlas Eceng Hi Top Sneaker White

Sumber: Pijakbumi.com



Gambar 3. 3Sepatu Daur Ulang Botol Plastik PET Le Minerale x Pijakbumi

Sumber: Pijakbumi.com



Gambar 3. 4 Saki Sneakers - Skeleton

Sumber: Pijakbumi.com

Ketiga gambar diatas merupakan beberapa koleksi sepatu yang dimiliki oleh Pijak Bumi yang mana mempresentasikan komitmen dari *brand* lokal ini terhadap prinsip keberlanjutan dan inovasi dalam industri fesyen ramah lingkungan. Pada gambar 3.2, menampilkan produk sepatu pijak bumi bernama *Atlas Eceng Hi Top Sneaker White*, yang aman pada sepatu tersebut menggunakan bahan organik yaitu eceng gondok sebagai bahan utamanya. Produk tersebut merupakan bentuk nyata dari pemanfaatan limbah organik yang sering tidak dimanfaatkan secara optimal.

Pada gambar 3.3, menampilkan kolaborasi antara Pijak Bumi dan LeMinerale, yang dimana menampilkan sepatu berbahan dasar botol plastik PET. Produk tersebut mencerminkan contoh implementasi dari prinsip ekonomi sirkular, yang dimana limbah plastik yang biasanya mencemari lingkungan diubah menjadi produk yang berguna serta bernilai.

Kemudian untuk gambar 3.4 memperlihatkan salah satu koleksi sepatu dari Pijak bumi yang bernama *Saki Sneakers – Skeleton*. Sepatu tersebut dirancang dengan mengutamakan prinsip keberlanjutan dan juga mementingkan kenyamanan. Bagian atas sepatu terbuat dari 70% kain hasil daur ulang dari limbah tekstil dan lapisan dalamnya dipadukan dengan serat selulosa dari tumbuhan, serta 100% menggunakan benang daur ulang dari limbah plastik PET. Kombinasi dari bahan-bahan yang digunakan untuk membuat sepatu tersebut tidak hanya untuk kenyamanan saja, akan tetapi juga dapat membantu mencegah pertumbuhan bakteri yang membuat kaki beraroma tidak sedap

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



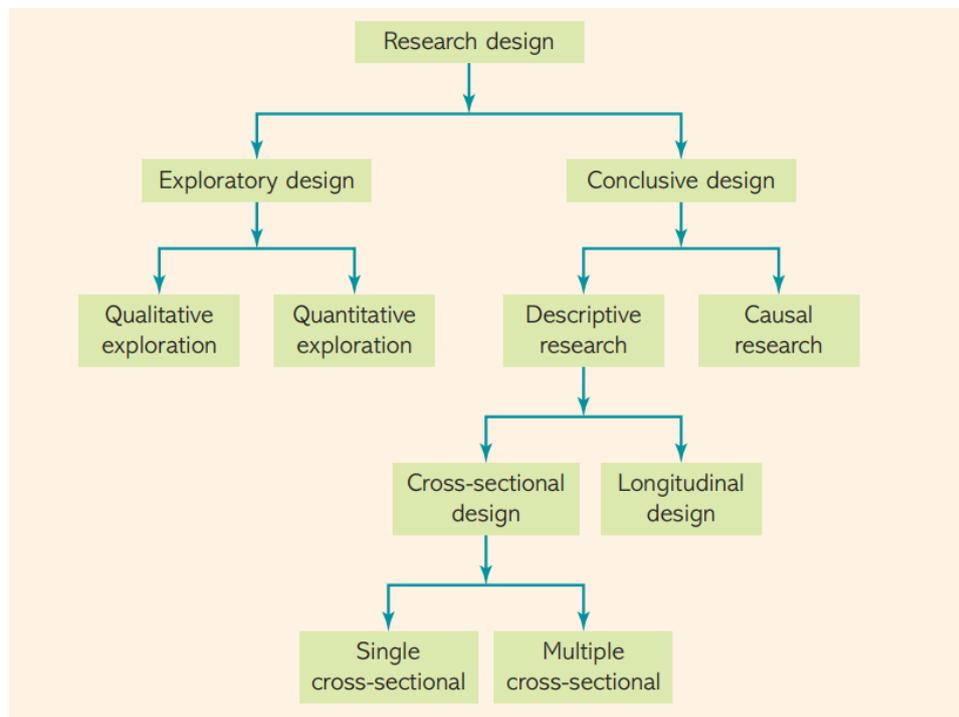
Gambar 3. 5 Rowland Asfales dan Pijak Bumi Team

Sumber: PijakBumi.com

Pada gambar 3.5 merupakan Rowland Asfales dan team dibalik kesuksesan Pijak Bumi. Di balik visis dan strategi desain, produksi, serta distribusi dari produk-produk ramah lingkungan yang kini telah dikenal luas di dalam negeri maupun internasional. Sebagai salah satu pelopor sepatu yang menggunakan bahan ramah lingkungan, Pijak Bumi telah berhasil menembus pasar global dengan mendapatkan prestasi yang membanggakan. Pada tahun 2018, Pijak Bumi menjadi finalis dalam ajang G-Mark Japan dan Amazon Tokyo Fashion Week. Kemudian pada tahun 2020, Pijak Bumi juga terpilih sebagai salah satu dari 12 desainer alas kaki global dalam acara bergengsi yaitu MICAM Milano di Italia. Selain itu, produk-produk yang dimiliki oleh Pijak Bumi juga masuk ekspor internasional, dan diekspor ke beberapa negara seperti Jepang dan Swiss. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas, desain, dan juga nilai keberlanjutan yang ada di brand Pijak Bumi dapat diterima secara luas hingga pasar internasional.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra et al. (2020), *research design* atau desain penelitian merupakan kerangka pelaksanaan proyek penelitian pemasaran. Desain ini memiliki fungsi sebagai panduan operasional yang berisi prosedur-prosedur untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk dapat menyelesaikan permasalahan penelitian. Klasifikasi desain penelitian oleh Malhotra et al. (2020) dapat dilihat pada gambar 3.6.



Gambar 3. 6 Klasifikasi Desain Penelitian

Sumber: Malhotra et al. (2020)

3.2.1. Jenis Desain Penelitian

Menurut Malhotra et al. (2020), desain penelitian dapat dibagi menjadi dua, yaitu *exploratory research* dan *conclusive research*. Berikut merupakan penjelasan dari *exploratory research* dan *conclusive research*:

1. *Exploratory Research Design*

Exploratory Research Design bertujuan untuk membantu peneliti untuk memahami secara mendalam mengenai situasi atau permasalahan yang sedang diteliti. Jenis penelitian ini juga sering dipilih ketika topik dari penelitian masih sulit diukur, dimana peneliti harus dapat mendefinisikan masalah dengan lebih teliti, mengidentifikasi tindakan yang relevan, dan mendapatkan tambahan wawasan sebelum mengembangkan suatu penelitian. Penelitian ini biasanya menggunakan kelompok responden dengan jumlah yang tidak besar dan bersifat kualitatif. Pengumpulan

informasi dapat dilakukan dengan melalui wawancara, studi kasus, *pilot survey*, dan diskusi kelompok Malhotra et al. (2020).

2. **Conclusive Research Design**

Conclusive Research Design bertujuan untuk membantu peneliti dalam mengambil keputusan yang lebih pasti dalam situasi tertentu. Desain riset ini lebih formal dan sistematis dibandingkan dengan *Exploratory Research*. Penelitian jenis ini menggunakan data yang bersifat kuantitatif, dimana melibatkan jumlah responden yang besar, dan mewakili populasi yang lebih luas. Secara umum, desain riset ini terbagi menjadi dua, yaitu *Descriptive Research* dan *Causal Research*, yang dimana masing-masing memiliki teknik pengumpulan data yang berbeda (Malhotra et al., 2020). Berikut merupakan penjelasan mengenai *Descriptive Research* dan *Causal Research*:

a) **Descriptive Research**

Merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan suatu karakteristik atau fenomena tertentu secara detail. Metode ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih rinci mengenai suatu permasalahan atau kondisi yang sedang terjadi, dengan harapan untuk dapat melengkapi informasi dalam penelitian yang sudah ada. Berdasarkan teknik pengumpulan datanya, penelitian ini dibagi menjadi dua kategori :

1) **Cross-Sectional Design**

Cross-Sectional Design merupakan pendekatan penelitian yang dimana data dikumpulkan hanya satu kali dari tiap elemen dalam populasi yang ditetapkan sebagai sampel. *Cross-Sectional Design* terbagi dalam 2 jenis, yaitu yaitu *single cross-sectional*, yaitu pengambilan data dari satu kelompok responden dalam satu waktu dan *multiple cross-sectional*, yaitu pengambilan data yang ,melibatkan dua atau

lebih kelompok responden yang dikumpulkan sekali dengan jangka waktu yang berbeda (Malhotra et al., 2020).

2) *Longitudinal Design*

Longitudinal Design merupakan pendekatan penelitian yang melibatkan pengukuran terhadap kelompok sampel yang sama secara berulang dalam kurun waktu tertentu. Hasil dari pengukuran sampel tetap sama dari waktu ke waktu, yang kemudian menghasilkan informasi yang jelas mengenai perubahan dan situasi yang terjadi secara bersamaan (Malhotra et al., 2020).

b) *Causal Research*

Causal Research merupakan penelitian yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel dalam suatu permasalahan. Melalui metode ini, peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana perubahan pada suatu variabel (*variable independent*) yang dipengaruhi variabel lainnya (*variabel dependen*). Dengan demikian, *causal research* ingin mencari hubungan antara suatu variabel yang dipengaruhi langsung oleh variabel lainnya. Biasanya, penelitian ini dilakukan dengan pengawasan dan kontrol yang ketat agar memastikan validitas hasil yang diperoleh.

Mengacu pada klasifikasi desain penelitian yang dijelaskan oleh Malhotra et al. (2020), penelitian ini menggunakan pendekatan *conclusive research design* dengan tipe *descriptive research*. Pendekatan *conclusive research design* dipilih karena peneliti bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dengan cara mengamati hubungan antar variabel dalam penelitian. Selain itu, penelitian ini juga diarahkan untuk memberikan solusi atas tantangan yang dihadapi oleh Pijak Bumi, sehingga hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan di masa mendatang.

Pemilihan desain deskriptif didasari oleh tujuan peneliti untuk menggambarkan karakteristik responden sebagai konsumen yang telah mengenal Pijak Bumi sebagai merek sepatu berkelanjutan, sehingga memungkinkan untuk dianalisis perilaku konsumen yang mendukung pertumbuhan merek di masa depan. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini mengadopsi cross-sectional design, lebih spesifik lagi single cross-sectional design, untuk menggambarkan proses pengumpulan datanya. Desain ini dipandang tepat karena peneliti mengumpulkan data dari populasi spesifik, yakni individu yang telah mengetahui Pijak Bumi, namun belum pernah melakukan pembelian produk. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei menggunakan Google Form, di mana setiap responden hanya mengisi satu kali dalam jangka waktu tertentu.

3.2.2. Data Penelitian

Menurut (Malhotra et al., 2020), proses pengumpulan data dan analisis data dalam penelitian merupakan hal yang penting untuk membantu merumuskan permasalahan penelitian dan juga menyusun pendekatan yang sesuai. Sumber data penelitian dibagi menjadi jenis, yaitu data primer dan data sekunder, berikut penjelasannya:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab permasalahan yang sedang dikaji. Karena berasal langsung dari sumber utama, data ini umumnya memiliki tingkat akurasi yang tinggi dan juga relevan terhadap tujuan penelitian. Akan tetapi, pengumpulan data primer memerlukan waktu yang panjang dan biaya yang tidak sedikit, karena peneliti harus menjangkau responden dari awal. Teknik pengumpulan data ini mencakup survei, wawancara, observasi, hingga eksperimen.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sebelumnya telah dikumpulkan untuk keperluan tertentu, namun dimanfaatkan untuk mendukung

penelitian yang sedang dilakukan. Sumber data sekunder dapat berupa artikel, jurnal, data perusahaan, buku, atau sumber-sumber lainnya yang telah dipublikasikan. Dalam praktiknya, data sekunder sering kali digunakan terlebih dahulu untuk memberikan konteks dan pemahaman awal terhadap masalah yang diteliti, sehingga pengumpulan data primer lebih terarah dan relevan.

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu primer data primer dan data sekunder untuk memperoleh pemahaman mengenai permasalahan yang ada. Untuk memperoleh data primer, penelitian ini menggunakan survey yang dirancang untuk menganalisis perilaku konsumen terhadap *brand* Pijak Bumi. Selain itu, *pilot survey* juga dilakukan untuk memastikan bahwa permasalahan yang diteliti relevan dan layak untuk dikembangkan lebih lanjut. Kemudian, untuk memperoleh data sekunder, penelitian ini mengacu pada berbagai sumber seperti artikel ilmiah, jurnal, buku, dan juga data statistik tren mengenai gaya hidup berkelanjutan. Semua data tersebut berperan dalam memperkaya analisis serta memberikan landasan teoritis yang kuat dalam menjawab tujuan penelitian ini.

3.3 Prosedur Penelitian

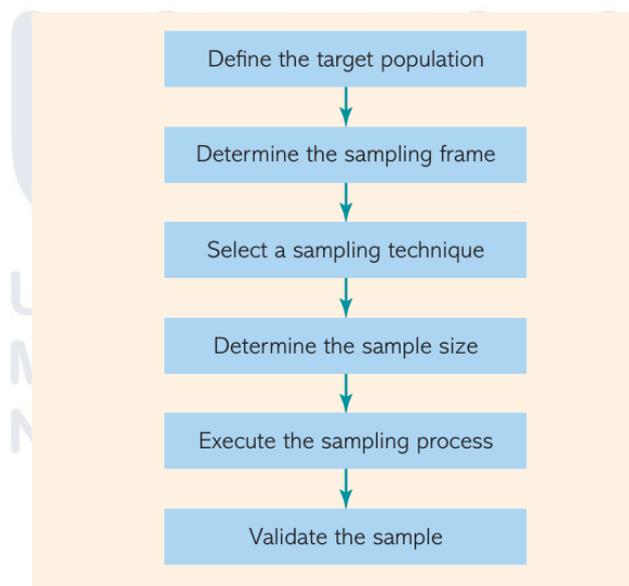
Untuk memperoleh informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis telah melakukan beberapa tahapan yang sistematis yang dirancang untuk menjelaskan permasalahan penelitian secara mendalam, berikut tahapannya:

1. Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh sebuah *brand* melal artikel dan jurnal ilmiah, yang kemudian dijadikan dasar dalam merumuskan latar belakang dan masalah penelitian.
2. Menentukan jurnal utama yang relevan untuk mendukung pemecahan masalah penelitian dengan menyusun model penelitian dan hipotesis.
3. Menyusun dan juga menyebarkan *pilot survey* kepada 30 responden untuk mengkonfirmasi masalah yang sedang dihadapi oleh Pijak Bumi.

4. Merancang kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan dan menyebarkannya kepada responden untuk memperoleh data yang akurat. Berdasarkan panduan dari Hair et al. (2010), jumlah minimum responden ditentukan dengan mengkali total jumlah indikator dengan tujuh ($n \times 10$). Dalam penelitian ini terdapat 15 indikator, sehingga jumlah minimal responden yang diperlukan adalah 150 responden..
5. Menganalisis 30 data kuesioner awal yang terkumpul sebagai bahan uji pre-test menggunakan software IBM Statistic SPSS versi 25 untuk uji validitas dan reliabilitas.
6. Melakukan analisis terhadap 107 data kuesioner yang dianggap valid untuk data utama dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 4.
7. Menyusun laporan hasil penelitian mulai dari Bab 1 hingga Bab 5 sesuai dengan ketentuan penulisan yang berlaku.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Malhotra et al. (2020), untuk menentukan populasi dan sampel dari suatu penelitian, terdapat 5 langkah dalam melakukan *sampling design*, yaitu seperti yang tertera pada gambar 3.7 di bawah ini.



Gambar 3. 7 Sampling Design Process

Sumber: Malhotra et al. (2020)

Pada Gambar 3.8, proses awal dalam penentuan sampel dimulai dari identifikasi populasi sasaran. Setelah itu, peneliti menyusun kerangka sampel, kemudian menetapkan metode pengambilan sampel yang sesuai. Langkah berikutnya adalah menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, melaksanakan proses pengambilan sampel secara sistematis, serta melakukan verifikasi atas kelayakan sampel yang diperoleh. Penjabaran lebih rinci mengenai tahapan-tahapan dalam desain pengambilan sampel akan dijelaskan pada bagian berikutnya:

3.4.1 Populasi

Menurut Malhotra *et al.* (2020), populasi diartikan sebagai sekelompok individu yang memiliki kesamaan karakteristik untuk penelitian. Dengan kata lain, populasi mencakup keseluruhan individu yang hendak diteliti untuk mendapatkan informasi sesuai dengan tujuan penelitian. Penentuan siapa saja yang termasuk dalam *target population* perlu dilakukan secara cermat, agar hasil penelitian tidak menyimpang. Proses ini memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap topik yang diangkat, agar peneliti dapat dengan mudah menetapkan siapa saja yang layak dijadikan sebagai responden dalam studi tersebut. Terdapat 4 komponen yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Element

Elemen merujuk pada objek atau individu yang informasinya dibutuhkan dalam suatu penelitian. Dalam studi ini, elemen yang dimaksud adalah responden yang memiliki pengetahuan dan pengalaman terhadap produk ramah lingkungan, khususnya dalam konteks sepatu ramah lingkungan.

2. Sampling unit

Satuan sampling adalah individu atau kelompok individu yang dipilih untuk mewakili populasi dalam proses pengambilan sampel. Penelitian ini menetapkan pria dan wanita berusia minimal 17 tahun ke atas yang mengetahui tentang *brand* Pijak Bumi sebagai brand sepatu ramah lingkungan, namun belum pernah melakukan

pembelian. Selain itu, responden harus pernah membeli atau menggunakan produk ramah lingkungan dari kategori lain, serta memiliki relasi dekat (seperti keluarga atau teman) yang juga familiar atau pernah menggunakan produk ramah lingkungan.

3. *Extent*

Cakupan mengacu pada batas wilayah geografis tempat penelitian dilakukan. Dalam konteks ini, wilayah Indonesia dipilih sebagai area penelitian karena daerah tersebut dianggap potensial untuk pengembangan pasar Pijak Bumi ke depannya.

4. *Time*

Periode waktu adalah rentang masa pelaksanaan penelitian, termasuk pengumpulan data. Waktu yang ditetapkan untuk penyebaran kuesioner berlangsung selama satu bulan, yaitu dari bulan April 2025 hingga Mei 2025, sebagai upaya memperoleh data dari responden sesuai kriteria yang ditentukan.

3.4.2 **Sampel**

Menurut Malhotra *et al.* (2020), sampel merupakan bagian terbatas dari populasi yang dipilih secara khusus untuk dianalisis dalam penelitian. Sampel ini diharapkan mampu mewakili keseluruhan populasi asal. Dengan kata lain, sampel berfungsi sebagai representasi dari populasi yang lebih luas untuk memperoleh kesimpulan yang relevan. Pemilihan sampel menjadi langkah penting dalam pelaksanaan riset, karena meneliti seluruh anggota populasi sering kali tidak memungkinkan dikarenakan memerlukan biaya yang besar dan juga waktu yang panjang. Oleh karena itu, agar memudahkan dalam menetapkan sampel, terdapat beberapa tahapan-tahapan *sampling* Menurut Malhotra *et al.* (2020), yaitu :

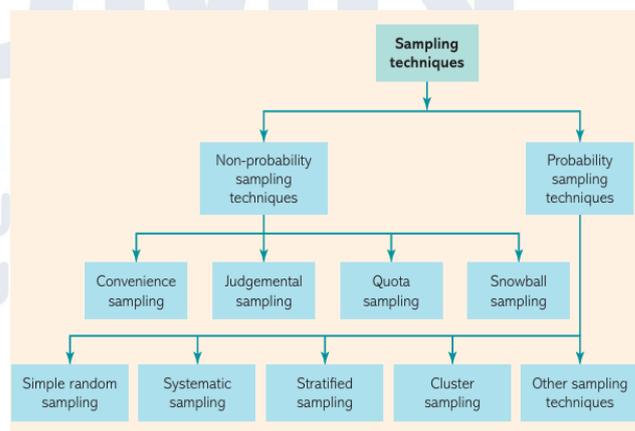
3.4.2.1 **Sampling Frame**

Sampling frame merujuk pada daftar atau sumber referensi yang digunakan untuk menentukan siapa saja yang

dapat dijadikan sebagai responden dalam penelitian. Daftar ini bisa berasal dari berbagai sumber seperti buku telepon, database pelanggan, catatan kependudukan, dan sejenisnya. Namun, tidak semua penelitian memiliki akses ke sampling frame yang lengkap atau akurat. Dalam konteks penelitian ini, sampling frame tidak tersedia karena penulis tidak memiliki data pasti mengenai individu yang termasuk dalam populasi sasaran.

3.4.2.2 Sampling Technique

Setelah peneliti menetapkan daftar acuan atau *sampling frame*, langkah selanjutnya adalah memilih metode pengambilan sampel atau *sampling technique* yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Teknik ini merujuk pada pendekatan yang digunakan untuk memilih sebagian anggota dari populasi yang lebih luas agar dapat dijadikan sebagai responden dalam studi yang dilakukan (Malhotra et al., 2020). Penjelasan lebih lanjut mengenai jenis-jenis teknik pengambilan sampel dapat dilihat pada Gambar 3.8, sebagaimana diuraikan oleh Malhotra et al. (2020).



Gambar 3. 8 Klasifikasi Sampling Technique

Sumber: Malhotra et al. (2020)

Dapat dilihat pada gambar 3.8, *Sampling Technique* dibagi menjadi dua, yaitu *Non-probability Sampling Technique* dan *Probability Sampling Technique*, berikut penjelasannya :

1) Non-Probability Sampling Technique

Non-probability sampling merupakan metode pemilihan sampel di mana tidak semua anggota dalam populasi memiliki kemungkinan yang sama untuk terpilih menjadi bagian dari sampel. Teknik ini bergantung pada pertimbangan subjektif peneliti, bukan pada proses acak. Artinya, peluang individu tertentu untuk terpilih bisa lebih besar dibandingkan yang lain. Dalam metode ini, probabilitas pemilihan tidak dapat dihitung secara pasti. Terdapat empat pendekatan umum yang digunakan dalam non-probability sampling, yaitu:

a) Convenience Sampling

Teknik ini dilakukan dengan memilih responden yang paling mudah diakses oleh peneliti. Umumnya, keputusan pemilihan didasarkan pada faktor kedekatan lokasi dan waktu antara peneliti dan responden. Meskipun biaya pelaksanaannya relatif rendah, hasil dari metode ini cenderung bias karena kurang mewakili keseluruhan populasi. Oleh karena itu, hasilnya perlu dianalisis secara lebih kritis. Sebagai contoh, wawancara spontan dengan individu yang ditemui di tempat umum merupakan bentuk dari *convenience sampling*.

b) Judgmental Sampling

Dalam teknik ini, pemilihan responden dilakukan berdasarkan penilaian atau pertimbangan peneliti sendiri, yang meyakini bahwa responden tersebut dapat merepresentasikan populasi secara keseluruhan. Teknik ini sering digunakan karena efisien dari segi waktu dan biaya, namun kurang dapat digeneralisasi secara luas karena bersifat subjektif. Sebagai contoh, peneliti dapat memilih individu dengan kriteria tertentu untuk menguji minat beli terhadap suatu produk.

c) Quota Sampling

Quota sampling dilakukan dalam dua tahap. Pertama, peneliti menetapkan kategori berdasarkan karakteristik tertentu, seperti usia atau jenis kelamin. Teknik ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap kelompok dalam populasi diwakili dalam sampel, meskipun pemilihannya tidak dilakukan secara acak.

d) Snowball Sampling

Metode ini dimulai dengan memilih sejumlah kecil responden awal, yang kemudian diminta untuk merekomendasikan individu lain yang memiliki karakteristik serupa. Teknik ini biasanya digunakan untuk menjangkau kelompok atau isu yang sensitif, di mana responden sulit ditemukan secara terbuka.

2) Probability Sampling Technique

Probability sampling merupakan metode pengambilan sampel yang memberikan peluang setiap

individu dalam populasi untuk terpilih sebagai sampel. Pemilihan dilakukan secara acak, yang artinya setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih. Akan Tetapi, penerapan Teknik ini memerlukan pemahaman yang jelas terkait populasi yang diteliti, serta memerlukan ketersediaan data berupa *sampling frame* yang lengkap dan akurat. Terdapat empat teknik yang dapat digunakan untuk menentukan *probability sampling*, yaitu:

a) Simple Random Sampling (SRS)

Teknik ini melibatkan pemilihan elemen secara acak, di mana semua anggota populasi memiliki kemungkinan yang sama untuk terpilih.

b) Systematic Sampling

Teknik ini menggunakan pendekatan sistematis, yaitu dengan menentukan satu elemen awal secara acak, kemudian memilih sampel berikutnya berdasarkan interval tertentu.

c) Stratified Sampling

Metode ini membagi populasi ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan karakteristik khusus (seperti usia atau pendapatan), kemudian masing-masing kelompok diambil sampelnya secara acak.

d) Cluster Sampling

Hampir memiliki kesamaan dengan *stratified sampling*, namun pengambilan dilakukan berdasarkan kelompok besar yang dipilih secara acak, dan seluruh anggota dalam klaster tersebut dijadikan sampel.

Dalam penelitian ini, *sampling technique* yang digunakan adalah *non-probability sampling*, lebih tepatnya teknik *judgmental sampling*. Pemilihan metode ini disebabkan oleh tidak tersedianya daat *sampling frame* yang memuat seluruh anggota target penelitian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan pertimbangan pnulis yang meyakini bahwa individu-individu yang terpilih mampu merepresentasikan populasi secara lebih luas. Artinya, pengambilan sampel dilakukan secara subjektif karena memerlukan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang dimaksud meliputi pria dan wanita berusia 17 tahun ke atas yang telah mengetahui merek Pijak Bumi sebagai produsen sepatu ramah lingkungan, namun belum pernah melakukan pembelian produk dari merek tersebut. Selain itu, responden juga diharapkan memiliki pengalaman menggunakan produk ramah lingkungan dari kategori lain, pernah membeli produk berkelanjutan seperti sepatu atau barang konsumsi lainnya, serta memiliki orang-orang terdekat yang juga familiar dengan konsep produk ramah lingkungan.

3.4.2.3 Sample Size

Menurut Malhotra et al. (2020), *sample size* merupakan total unit yang diambil dari populasi untuk dijadikan sample penelitian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hair et al. (2014), menyatakan bahwa pengambilan jumlah sample yang dibutuhkan dapat dihitung, yakni sebanyak lima hingga sepuluh kali lebih banyak dari total indikator yang digunakan. Jika diterapkan rumus ini ($n \times 10$), di mana "n" adalah jumlah indikator dalam penelitian ini, maka total indikator dalam penelitian ini sebanyak 15 , dan ketikan dimasukan dlaam rumus

menjadi 15 x 10 akan menghasilkan 150 sample. Maka dari itu, dalam penelitian ini membutuhkan minimal 150 sample untuk di teliti.

3.5 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian dapat diartikan sebagai ciri khas atau atribut yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh data yang akan digunakan untuk bahan penelitian dan sebagai bahan analisis untuk ditarik kesimpulannya (Hair et al., 2014). Menurut Hair et al. (2014), variable dikelompokkan menjadi beberapa kategori, yaitu:

1. Variabel Eksogen

Menurut Hair et al. (2014), variabel eksogen merupakan jenis variabel laten yang terdiri sejumlah variabel independen yang diukur berdasarkan pengaruh faktor-faktor di luar model penelitian. dengan kata lain, variabel ini tidak dipengaruhi atau bergantung pada konstruk lain. Pada penelitian ini terdapat 3 variabel eksogen, yaitu *environmental values*, *hedonic values*, dan *utilitarian values*.

2. Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel laten yang berperan sebagai variabel terikat atau dependen yang dipengaruhi oleh variabel lainnya (Hair et al., 2014). Variabel endogen setidaknya memiliki satu atau lebih hubungan dengan variabel lainnya. Pada penelitian ini terdapat 2 variabel endogen, yaitu *attitude toward slow fashion* dan *purchase intention*.

3. Variabel Teramati

Hair et al. (2010) menyatakan bahwa variabel teramati (*observed variable*) merupakan variabel yang dapat diukur secara langsung dan berfungsi sebagai representasi dari setiap variabel dalam model penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat 15 variabel teramati yang berasal dari 15 pertanyaan pada kuesioner penelitian.

3.6 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat 5 variabel yang diuji, yaitu *Environmental Values*, *Hedonic Values*, *Utilitarian Values*, *Attitude Toward Slow Fashion*, dan *Purchase Intention*. Ketujuh variabel tersebut diukur menggunakan sejumlah indikator yang merujuk pada instrumen yang telah digunakan dalam studi terdahulu yang dilakukan oleh Atik Aprianingsih, Ira Fachira, Margareth Setiawan, Teresia Debby, Nia Desiana, dan Shafa Amira Nurryda Lathifan pada tahun 2022. Untuk penjelasan lebih lanjut, Tabel 3.1 memberikan penjelasan mengenai definisi operasional masing-masing variabel, jenis skala pengukuran, indikator yang digunakan, dan juga referensi yang digunakan.

Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel

| No | Variable | Devinisi Operasional | Kode | Indikator | Skala | Referensi |
|----|------------------------------|--|------|--|------------|-----------------------------|
| 1 | <i>Environmen tal valuee</i> | <i>Environment al values</i> merupakan keyakinan individu maupun komunitas mengenai pentingnya lingkungan, kondisi lingkungan, serta cara manusia seharusnya memandang dan memperlakukan lingkungan tersebut. (Atik et al., 2022). | EV1 | Saya memikirkan dampak lingkungan saat membeli pakaian. | Likert 1-7 | Aprianin gsih et al. (2023) |
| | | | EV2 | Menurut saya, kelestarian bumi di masa depan merupakan hal yang penting. | | |
| | | | EV3 | Saya merupakan orang yang peduli terhadap lingkungan | | |
| 2 | <i>Hedonic value</i> | <i>Hedonic values yang</i> didasarkan | HV1 | Produk sepatu ramah | Likert 1-7 | Aprianin gsih et |

| | | | | | | |
|---|---------------------------|---|-----|--|------------|-----------------------------|
| | | <p>pada motivasi emosional merujuk pada rasa senang atau kegembiraan yang dirasakan konsumen saat menikmati pengalaman berbelanja dan menjelajahi produk. (Bae and Jeon, 2022).</p> | | <p>lingkungan Pijak Bumi membuat saya merasa senang.</p> | | al. (2023) |
| | | | HV2 | Produk sepatu ramah lingkungan Pijak Bumi membuat saya ingin menggunakannya. | | |
| | | | HV3 | Menggunakan produk sepatu ramah lingkungan Pijak Bumi akan memberikan saya kesenangan. | | |
| 3 | <i>Utilitarian values</i> | <p><i>Utilitarian values</i> merupakan evaluasi menyeluruh terhadap suatu fungsional yang mencakup empat aspek utama, yaitu penurunan harga, kualitas layanan, efisiensi waktu, dan variasi</p> | UV1 | Harga yang saya akan bayarkan untuk produk sepatu ramah lingkungan Pijak Bumi sepadan. | Likert 1-7 | Aprianin gsih et al. (2023) |
| | | | UV2 | Secara keseluruhan, produk sepatu ramah lingkungan Pijak Bumi memiliki nilai tinggi bagi saya. | | |

| | | | | | | |
|---|-------------------------------------|--|------|---|------------|----------------------------|
| | | pilihan produk. (Bae and Jeon, 2022) | UV3 | Saya hanya membeli produk sepatu ramah lingkungan Pijak Bumi saat saya membutuhkannya. | | |
| 4 | <i>Attitude toward slow fashion</i> | <i>Attitude</i> sebagai faktor yang mempengaruhi keyakinan, memiliki peran krusial dalam proses pengambilan sebuah keputusan, terutama dalam membantu niat perilaku. (Atik et al. 2021) | ASF1 | Saya berpikir bahwa memakai produk sepatu ramah lingkungan Pijak Bumi adalah pilihan yang bijaksana | Likert 1-7 | Aprianingsih et al. (2023) |
| | | | ASF2 | Saya memiliki sikap positif terhadap produk sepatu ramah lingkungan Pijak Bumi | | |
| | | | ASF3 | Saya merasa nyaman saat mengenakan produk sepatu ramah lingkungan Pijak Bumi | | |
| 5 | <i>Purchase intention</i> | <i>Purchase intention</i> adalah keputusan individu untuk | PI 1 | Di masa depan, saya berniat membeli produk sepatu | Likert 1-7 | Aprianingsih et al. (2023) |

| | | | | | | |
|--|--|--|------|--|--|-------------------|
| | | membeli suatu produk untuk memenuhi keinginannya, dimana pengalaman dalam proses pembelian tersebut dapat mempengaruhi perilakunya dalam melakukan pembelian di masa yang akan datang (Purwanto dan Sahetapy, 2022) | | ramah lingkungan Pijak Bumi | | |
| | | | PI 2 | Saya mempertimbangkan untuk membeli sustainable produk sepatu ramah lingkungan Pijak Bumi | | Ngo et al. (2024) |
| | | | PI 3 | Saya akan mempertimbangkan untuk membeli produk sepatu ramah lingkungan Pijak Bumi jika kebetulan melihatnya di retail | | |

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Hair et al. (2017), Menurut Hair et al. (2017), teknik analisis data merupakan kumpulan dari langkah sistematis yang digunakan untuk mengolah, menyimpulkan, dan menginterpretasikan informasi dari data yang telah dikumpulkan. Terdapat berbagai macam pendekatan yang dapat diterapkan untuk menganalisis data sesuai kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *factor analysis* serta metode PLS-SEM (*Partial Least Squares Structural Equation Modeling*) yang dijelaskan oleh Hair et al. (2017) dan Malhotra et al. (2020). Berikut penjelasannya lebih lanjut:

3.7.1 Analisis Data Pre-Test dengan Factor Analysis

Hair et al. (2017) menyatakan bahwa *pre-test* dilakukan untuk mengevaluasi kelayakan instrumen sebelum diterapkan pada tahap analisis utama. Yang dimaksud dengan instrumen dalam konteks ini adalah alat ukur yang merepresentasikan masing-masing variabel. Tujuan dilakukannya *pre-test* ialah untuk mengetahui apakah indikator-indikator dalam instrumen tersebut dapat secara efektif mengukur variabel yang menjadi fokus penelitian. Melalui *pre-test*, peneliti dapat mengetahui apakah terdapat permasalahan dalam alat ukur. Jika ditemukan hal demikian, maka perlu dilakukan perbaikan sebelum instrumen tersebut dipakai dalam pengumpulan data utama. Dalam riset ini, tahapan *pre-test* dilakukan dengan menggunakan 30 data awal dari responden.

Sementara itu, *factor analysis* sendiri merupakan metode statistik yang bertujuan untuk merangkum serta menyederhanakan data menjadi beberapa faktor utama. Malhotra et al. (2020) menjelaskan bahwa pendekatan ini membantu dalam mengelompokkan indikator yang saling berhubungan ke dalam satuan faktor tertentu. *Factor analysis* biasa digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen. Proses ini pada penelitian dilakukan menggunakan bantuan software IBM SPSS versi 26.

3.7.1.1 Uji Validitas

Menurut Malhotra et al. (2020), validitas merujuk pada sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam penelitian benar-benar dapat menjelaskan maksud atau tujuan dari pengukuran tersebut. Dalam hal ini, validitas menjadi indikator sejauh mana instrumen dapat mewakili karakteristik serta fenomena yang diteliti. Uji validitas juga bertujuan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan tidak mengalami penyimpangan terhadap variabel yang akan diukur. Malhotra et al. (2020)

menyatakan bahwa terdapat tiga jenis validitas yang digunakan dalam pengujian instrumen, yaitu sebagai berikut:

a) *Content Validity*

Content validity merupakan ukuran validitas yang mengevaluasi sejauh mana instrumen pernyataan dapat mencakup seluruh aspek penting dari konstruk yang diteliti. Dalam proses ini biasanya memerlukan penilaian subjektif dari peneliti untuk menilai apakah setiap dimensi telah terwakili secara tepat dalam skala pengukuran.

b) *Construct Validity*

Construct validity memiliki fungsi untuk memastikan bahwa skala pengukuran benar-benar mencerminkan karakteristik yang ingin diukur. Pada kasus ini, peneliti perlu menilai sejauh mana indikator memiliki hubungan yang logis dengan teori atau konsep dasar yang melandasinya serta bagaimana hubungannya dengan konstruk lain. *Construct Validity* memiliki beberapa ukuran validitas lainnya, seperti *convergent validity* yang digunakan untuk mengukur item pada variabel yang sama dan *discriminant validity* yang digunakan untuk mengukur item pada variabel yang berbeda.

c) *Criterion Validity*

Criterion validity merupakan jenis validitas untuk menentukan sejauh mana alat ukur mampu memberikan hasil yang sesuai dengan harapan ketika dibandingkan dengan kriteria variabel yang relevan. Dengan kata lain, validitas ini bertujuan untuk menilai apakah suatu skala mampu bekerja secara konsisten sesuai dengan kaitannya dengan variabel yang ada pada model

Pada penelitian ini, jenis validitas yang diterapkan untuk mengukur data *pre-test* adalah *construct validity*. Hal tersebut dikarenakan peneliti menggunakan indikator-indikator yang

ditujukan untuk mengukur variabel secara teoritis. Selain itu, proses uji validitas juga mengikuti sejumlah kriteria teknis yang ditetapkan dalam pengukuran instrumen, sebagaimana dirangkum pada Tabel 3.2 (Malhotra et al., 2020):

Tabel 3. 2 Syarat Uji Validitas

| No | Ukuran Validitas | Definisi | Syarat Validitas |
|----|--|--|--|
| 1 | Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) | Merupakan indeks untuk menilai apakah data cukup sesuai untuk analisis factor. | Nilai KMO $\geq 0,5$ menunjukkan bahwa data telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan analisis faktor dan layak dinyatakan valid. |
| 2 | Bartlett's Test of Sphericity | Uji statistik ini digunakan untuk memastikan bahwa variable-variable tidak memiliki korelasi dalam populasi. | Nilai signifikansi $\leq 0,05$ menandakan tidak terdapat korelasi yang kuat antar variabel, sehingga hubungan antar item dapat dianggap valid untuk dianalisis lebih lanjut. |
| 3 | Anti Image Matrices (Measure of Sampling Adequacy) | Digunakan untuk meniali seberapa layak suatu variable dalam model analisis, dengan | Nilai MSA $\geq 0,5$ mengindikasikan bahwa variabel terkait memenuhi syarat kelayakan untuk masuk ke tahap |

| | | | |
|---|------------------------------------|--|--|
| | | cara mengukur hubungan antar variable setelah analisis factor. | pengujian berikutnya dalam analisis faktor. |
| 4 | Factor Loading of Component Matrix | Alat yang digunakan untuk menilai sejauh mana kekuatan korelasi antar indikator dengan variabel yang sedang dianalisis | Nilai factor loading $\geq 0,5$ berarti indikator tersebut memiliki kontribusi yang baik dalam merepresentasikan konstruk atau variabel yang sedang diuji. |

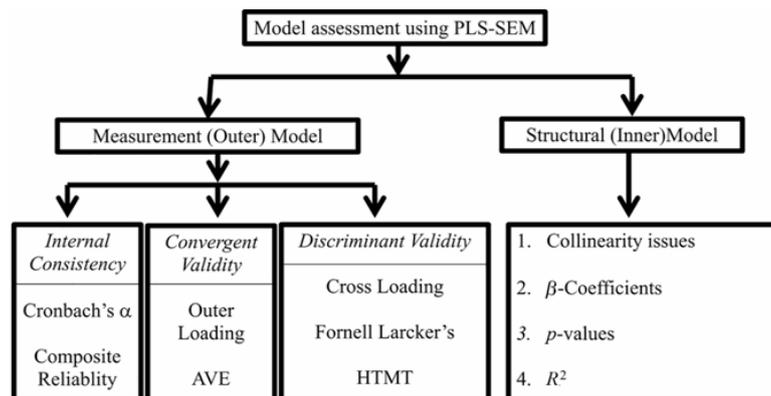
3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra et al. (2020), reliabilitas merupakan sejauh mana alat ukur atau instrumen pengukuran mampu memberikan hasil yang konsisten walaupun diukur berulang kali. Dengan kata lain, reliabilitas merupakan tingkat konsistensi suatu alat ukur dalam menghasilkan data yang sama pada objek yang sama. Konsistensi yang dimaksud juga mencakup kestabilan jawaban dari responden yang menjawab kuesioner. Berdasarkan penjelasan tersebut, kriteria untuk menentukan apakah suatu instrumen reliabel atau tidak dapat dilihat melalui nilai **Cronbach's Alpha $\geq 0,6$** .

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

Malhotra et al. (2020) menjelaskan *structural equation model* atau SEM merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menggambarkan

hubungan antar variabel dalam sebuah penelitian. Hair et al. (2017) juga menjelaskan SEM merupakan metode analisis data yang dapat memproyeksikan hubungan antara konstruk-konstruk yang diwakili oleh variabel-variabel penelitian. SEM sendiri terdiri dari dua pendekatan utama, yakni CB-SEM (*Covariance-Based SEM*) dan PLS-SEM (*Partial Least Squares SEM*). CB-SEM digunakan untuk menguji validitas teori dengan melihat sejauh mana model tersebut dapat menggambarkan hubungan antar variabel berdasarkan data sampel yang ada. Sementara itu, untuk PLS-SEM memiliki tujuan untuk pengembangan teori dari penelitian yang masih bersifat eksploratif. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan PLS-SEM untuk menganalisis data penelitian yang telah dikumpulkan.



Gambar 3. 9 Flowchart Model PLS-SEM

Sumber: Pathak et al. (2021)

Pada gambar 3.9 yang menjelaskan mengenai alur model PLS-SEM. Menurut Hair et al. (2017), PLS-SEM memiliki 2 elemen utama, yaitu:

3.7.2.1 Measurement Model (Outer Model)

Measurement model merupakan kerangka model yang digunakan untuk menggambarkan pengaruh dari indikator terhadap variabel melalui pengukuran validitas dan reliabilitas (Hair et al.,

2017). Model ini memiliki fungsi untuk menilai sejauh mana indikator yang digunakan benar-benar mampu untuk mencerminkan konstruk yang ingin diukur. Model ini memiliki dua tipe variable, yaitu variabel bebas (eksogen) dan variabel terikat (endogen). Untuk menguji *measurement model*, terdapat tiga kriteria utama, yaitu:

1) Convergent Validity

Hair *et al.* (2017) menyebutkan bahwa convergent validity mengacu pada sejauh mana suatu indikator memiliki hubungan positif dengan indikator lain yang digunakan untuk mengukur konstruk yang sama. Artinya, setiap indikator yang mengukur satu konstruk seharusnya saling berkorelasi kuat dan mampu menjelaskan proporsi varians yang besar. Dalam pengujiannya, validitas ini dinilai menggunakan dua ukuran utama, yaitu *outer loading (loading factor)* dan *average variance extracted (AVE)*.

2) Discriminant Validity

Menurut Hair *et al.* (2017), *discriminant validity* menunjukkan sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya dalam model. Tujuan dari validitas ini adalah untuk memastikan bahwa tiap konstruk bersifat unik dan tidak saling tumpang tindih. Validitas diskriminan dianggap terpenuhi apabila indikator memiliki nilai muatan tertinggi pada konstruk asalnya, dibandingkan dengan muatan pada konstruk lain. Untuk menguji hal ini, digunakan indikator seperti *cross loading* dan kriteria *Fornell-Larcker*.

3) Internal Consistency (Reliability)

Malhotra *et al.* (2020) menjelaskan bahwa *internal consistency* merupakan cara untuk mengukur sejauh mana sejumlah item atau indikator secara konsisten mengukur aspek

yang sama dari suatu konstruk. Dengan kata lain, pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan mampu memberikan hasil yang andal dan stabil dalam pengukuran. Parameter yang umum digunakan dalam menilai konsistensi internal adalah *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability (CR)*.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, Tabel 3.3 merangkum sejumlah syarat yang digunakan untuk menilai apakah suatu data dapat dikatakan valid dan reliabel dalam konteks pengujian *measurement model* menurut Hair et al. (2017):

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

| No | Kriteria | Parameter | Definisi Parameter | Syarat Pengukuran |
|----|----------------------------|---|---|---|
| 1 | <i>Convergent Validity</i> | <i>Outer Loading (Loading Factor)</i> | Menunjukkan seberapa kuat indikator merepresentasikan konstruk yang diukur (Hair et al., 2017). | Dinyatakan valid jika nilai <i>outer loading</i> \geq 0,7 |
| | | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | Mengukur proporsi varian indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten yang bersangkutan (Malhotra et al., 2020). | Dinyatakan valid jika nilai AVE \geq 0,50. |

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| 2 | <i>Discriminant Validity</i> | <i>Cross Loading</i> | Indikator dikatakan valid jika muatan terbesarnya terdapat pada konstruk asal dibanding konstruk lain (Hair et al., 2017). | Valid apabila nilai <i>cross loading</i> indikator pada konstruk asal > loading di konstruk lain. |
| | | <i>Fornell Larcker's (\sqrt{AVE})</i> | Kondisi di mana nilai akar kuadrat dari AVE suatu konstruk melebihi nilai korelasi tertinggi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya dalam model (Hair et al., 2017). | Valid bila AVE dari masing-masing indikator > dengan nilai AVE konstruk lain. |
| 3 | <i>Internal Consistency (Reliability)</i> | <i>Cronbach's Alpha</i> | Merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai tingkat konsistensi indikator-indikator dalam mengukur suatu variabel | Dinyatakan reliabel jika Cronbach's Alpha \geq 0,60. |

| | | | |
|--|-----------------------------------|---|---|
| | | (Malhotra <i>et al.</i> , 2020). | |
| | <i>Composite Reliability (CR)</i> | Perbandingan antara total varians dari skor indikator dengan total varians keseluruhan skor konstruk (Malhotra <i>et al.</i> , 2020). | Dinyatakan reliabel jika nilai $CR \geq 0,70$. |

3.7.2.2 Structural Model (Inner Model)

Menurut Hair *et al.* (2017), *structural model* merupakan bagian dari model yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel laten. Model ini merepresentasikan hubungan yang diasumsikan terjadi antar konstruk dalam penelitian, sebagaimana dirumuskan dalam hipotesis. Dengan kata lain, model struktural berfungsi untuk menguji kebenaran hubungan yang telah dihipotesiskan dalam studi. Dalam penerapannya, terdapat tiga indikator utama yang digunakan untuk mengevaluasi model ini, yaitu:

1) Beta Coefficients (β)

Hair *et al.* (2017) menyebutkan bahwa koefisien mencerminkan besarnya pengaruh yang dimiliki oleh satu variabel laten terhadap variabel laten lainnya dalam struktur model. Nilai ini diperoleh dari hasil analisis *original sample* dalam proses *bootstrapping* melalui aplikasi SmartPLS. Koefisien ini menggambarkan seberapa besar perubahan pada konstruk endogen apabila konstruk eksogen mengalami peningkatan sebesar satu satuan, dengan asumsi bahwa

variabel lain tetap konstan. Jika nilai beta yang dihasilkan bersifat positif, maka hal tersebut menunjukkan adanya hubungan yang searah, yakni peningkatan pada konstruk eksogen akan diikuti dengan peningkatan pada konstruk endogen.

2) P-value

Hair *et al.* (2017) menyatakan bahwa *p-value* merupakan indikator statistik yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil yang diperoleh mungkin terjadi apabila hipotesis nol (H_0) benar adanya. Secara sederhana, nilai ini mencerminkan probabilitas bahwa hubungan antara dua variabel dalam model hanya terjadi secara kebetulan. Dalam konteks PLS-SEM, *p-value* digunakan untuk menentukan signifikansi hubungan antar konstruk, dan akan dianggap signifikan apabila nilainya berada di bawah batas signifikansi yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, batas signifikansi yang digunakan adalah 5%, sehingga hubungan dianggap signifikan jika *p-value* < 0,05.

3) R² Value (Coefficient of Determination)

Menurut Hair *et al.* (2017), nilai R² digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar kemampuan variabel laten independen dalam menjelaskan variabel laten dependen dalam model struktural. Nilai ini berkisar antara 0 sampai 1, di mana semakin besar nilainya, semakin tinggi pula kekuatan prediktif model. Secara umum, R² sebesar 0,75 mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang kuat, R² sebesar 0,50 menunjukkan tingkat sedang, dan nilai sebesar 0,25 mencerminkan kemampuan prediktif yang lemah.

3.8 Teknik penskalaan

Menurut Malhotra *et al.* (2020), penskalaan atau *scaling* merupakan suatu proses dalam penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menempatkan objek atau responden ke dalam suatu skala berdasarkan karakteristik tertentu yang hendak diukur. Proses ini membantu peneliti dalam menentukan posisi suatu objek di sepanjang spektrum nilai yang relevan dengan atribut yang diteliti. Malhotra *et al.* (2020) juga mengatakan bahwateknik penskalaan dibagi ke dalam dua kategori utama, yang disebut sebagai *scaling techniques*, yaitu :

1) **Comparative Scales**

Teknik ini menuntut responden untuk melakukan perbandingan langsung antara dua atau lebih objek stimulus. Responden diminta untuk menentukan objek mana yang lebih disukai atau lebih sesuai ketika dibandingkan dengan objek lainnya. Metode penskalaan ini terbagi menjadi tiga jenis, yaitu a) *paired comparison*, yaitu responden diminta memilih salah satu dari dua objek yang disajikan, b) *rank order*, dimana responden diminta mengurutkan beberapa objek berdasarkan tingkat preferensi, dan c) *constant sum*, yaitu responden mengalokasikan sejumlah nilai tetap kepada objek-objek yang dinilai, sesuai dengan bobot atau pentingnya masing-masing objek.

2) **Non-comparative Scales**

Dalam pendekatan ini, objek stimulus dinilai secara independen, tanpa perlu dibandingkan secara langsung dengan objek lain. Setiap objek dianggap berdiri sendiri dalam penilaian. Teknik non-komparatif terdiri dari empat jenis, yaitu a) *continuous*, responden memberikan nilai pada garis kontinu antara dua kutub yang berlawanan, b) *semantic differential*, responden memilih posisi di antara dua kata yang berlawanan untuk menggambarkan persepsi mereka, c) *likert*, responden menilai tingkat persetujuan mereka terhadap pernyataan yang berkaitan dengan objek

tertentu, dan d) *staple*, responden memilih angka yang paling mencerminkan sikap mereka terhadap kata sifat tertentu.

Dalam studi ini, peneliti menggunakan skala *non-comparative* dengan teknik *likerts scale* 7 poin, karena pendekatan ini dianggap paling tepat untuk menilai persepsi responden tanpa membandingkan dengan objek lain yang tidak relevan. Skala Likert 7 poin cenderung lebih mampu merepresentasikan penilaian subjektif responden terhadap item dalam kuesioner, dibandingkan dengan skala 5 poin (Finstad, 2010). Skala Likert 7 poin terdiri dari tahapan penilaian yang terstruktur, di mana setiap angka mewakili tingkat persetujuan responden, yaitu poin 1 artinya sangat tidak setuju, poin 2 artinya tidak setuju, poin 3 artinya kurang setuju, poin 4 artinya netral, poin 5 artinya cukup setuju, poin 6 artinya setuju, dan poin 7 artinya sangat setuju.

