

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan strategi penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2018 : 63) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui beberapa spekulasi mengenai terdapat atau tidaknya hubungan yang relevan antara dua atau lebih variabel.

Metodelogi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono (2018:8) menyatakan metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan oleh populasi atau sampel tertentu, yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data menggunakan beberapa instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Diharapkan dalam penelitian ini, dapat menjelaskan suatu konsep penelitian yang bermanfaat untuk menguraikan dan mengendalikan setiap fenomena yang ada, hal ini dikarenakan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh yang dimiliki antara (variabel dependen X) terdiri atas persepsi harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan citra merek ( $X_3$ ) terhadap (variabel independen Y) terdiri atas keputusan pembelian (Y) pada salah satu sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi penelitian**

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari seluruh objek yang diteliti. Salah satu pengertian populasi disampaikan oleh Sugiyono. Sugiyono (2018 : 130) menyatakan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki mutu serta ciri tertentu yang diresmikan oleh seorang peneliti guna dipergunakan untuk dipelajari sehingga kemudian akan ditarik kesimpulan untuk hasil akhirnya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Toko *online* Sportaways.com yang telah melakukan pembelian sepatu futsal merek Specs pada Toko *online* Sportaways.com, dimana jumlah populasinya tidak dapat diketahui secara pasti

### 3.2.2. Sampel penelitian

Menurut Sugiyono (2017:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu tipe *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Pertimbangan kriteria dalam hal ini yaitu :

Konsumen yang telah melakukan pembelian yang lebih dari satu kali di Toko *online* Sportaways.com.

Pada penelitian ini karena populasi sangat besar dan tidak diketahui maka menurut Frankel dan Waller jika menggunakan variabel independen 3 atau lebih, dalam penentuan sampel dari populasi yang digunakan dengan rumus yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2} n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ konsumen}$$

Keterangan :

**$n$  = jumlah sampel**

**$z$  = nilai Z dengan tingkat keyakinan tertentu**

*Margin of error max* yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat di toleransi atau diinginkan. Dengan tingkat keyakinan sebesar 95%

atau  $Z = 1,96$  dan *Moe* sebesar 10%.

$$n = 96,04 \text{ pembulatan ke atas menjadi } 97$$

Agar penelitian ini lebih fit, maka dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 97 orang. Alasan sample dibulatkan ke 97 orang karena jika salah satu kuesioner terdapat data yang kurang valid maka bisa menggunakan isian kuesioner yg lebih tersebut. Jumlah responden sebanyak 97 orang tersebut dianggap sudah representatif karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel.

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer. Menurut Sugiyono (2017: 222-225) sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan *interview* (wawancara) dan kuisisioner (angket). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Sumber Primer. Sumber primer dalam penelitian ini terdiri dari:

1. *Interview* (wawancara) Wawancara digunakan peneliti untuk melakukan studi pendahuluan untuk mengemukakan permasalahan yang harus diteliti, dan peneliti juga ingin mengetahui beberapa hal dari responden sebelum mengisi kuisisioner (angket).
2. Kuisisioner (angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penelitian ini menggunakan kuisisioner biasa yaitu kuisisioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertulis kemudian disebar dan dibagikan secara langsung kepada 97 responden yaitu konsumen yang membeli produk sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com dan konsumen yang pernah memakai produk sepatu futsal merek Specs dari Toko *online* Sportaways.com minimal dua kali pemakaian.

Penelitian ini diukur dengan Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor (Sugiyono, 2017 : 94), seperti tabel 3.1 dibawah ini:

**Tabel 3.1** Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:93)

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2017: 39) Dalam penelitian ini terdapat variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian. Sedangkan variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi perubahan variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu Persepsi harga, Kualitas produk, dan Citra merek.

**Tabel 3.2.** Indikator variabel penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) (Kotler, 2013)	1. Kesesuaian harga dengan manfaat	1) Kesesuaian manfaat produk	1
	2. Harga atas manfaat merek	2) Harga merek	2
	3. Keterjangkauan harga	3) Terjangkau konsumen	3
	4. Daya saing harga	4) Harga sesuai pasar	4
		5) Harga relatif	5
	5. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	6) Harga kualitas	6
		7) Harga layanan	7

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )  (Lupiyoadi dan Hamdani, 2012)	1. Kinerja	1) Tahan lama	8
		2) Aksesoris	9
	2. Fitur	3) Kemudahan	10
		4) Suku cadang	11
	3. Daya tahan	5) Pelayanan produk	12
		6) Servis produk	13
	4. Kemampuan layanan	7) Desain produk	14
		8) Kesesuaian produk	15
Citra merek (X <sub>3</sub> )  (Aaker, 2014)	1. <i>Recognition</i>	1) Nama baik	16
		2) Lebih baik	17
	2. <i>Reputation</i>	3) Reputasi yang baik	18
		4) Model yang menarik	19
	3. <i>Affinity</i>	5) Tidak dapat ditiru	20
		6) Kepribadian	21
Keputusan pembelian (Y)  (Peter dan Olsen, 2013)	1. Keinginan suatu produk	1) Kebutuhan	22
		2) Informasi	23
	2. Mengevaluasi sebelum membeli	3) Info dari iklan	24
		4) Pilihan produk	25
	3. Hasil dari keputusan pembelian	5) Suka produk	26
		6) Puas atas produk	27
	4. Kepuasan konsumen	7) Membeli lagi	28
		8) Merasa aman dan puas	29
	5. Loyal terhadap produk	9) Merekomendasikan	30
		10) Membeli ulang	31

Sumber : Kotler (2013), Lupiyoadi dan Hamdani (2012), Aaker (2014), Peter dan Olsen (2013)

### 3.5. Metoda Analisis Data

Langkah-langkah yang digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 3.5.1. Metoda pengolahan data

Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat selain itu Software SPSS sudah umum digunakan dalam penelitian statistik. Dimana dilakukan editing dan coding. *Editing* adalah tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban responden. *Coding*

adalah memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti mengenai tabulasi.

### **3.5.2. Metoda penyajian data**

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Dimana dilakukan tabulasi. Tabulasi adalah perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dimengerti. Data yang diperoleh, setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

### **3.5.3. Analisis statistik data**

Untuk membahas hasil penelitian, penulis menggunakan data berpasangan berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena terdapat lebih dari satu variabel independen, yaitu tiga buah variabel independen, dan satu buah variabel dependen, maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (parsial dan berganda) sebagai berikut :

#### **3.5.3.1. Uji Instrumen**

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *reability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

## 1. Uji validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total adalah jumlah dari semua skor pernyataan. Data yang telah diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan metode *Construck Validity* dengan menggunakan metode korelasi sederhana. Apabila hasilnya sebesar 0.30 atau lebih, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \sum X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan:

- $r_{XY}$  = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari
- $n$  = Banyaknya responden yang dicari (sampel)
- $X$  = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
- $Y$  = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Kemudian hasil dari  $r_{xy}$  dibandingkan dengan nilai kritis *product moment* dalam penelitian ini 0,30. Apabila hasil yang diperoleh  $r_{xy} > 0,30$  maka instrumen tersebut valid. Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan bantuan *software Microsoft Office Excel* dan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*.

## 2. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau *handal* jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur

reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliable akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program computer SPSS. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan handal (reliable) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Priyatno, 2014:26).

$$\text{Koefisien Alpha Cronbach: } \alpha_{it} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right) \dots\dots\dots(3.2)$$

Keterangan :

k = jumlah butir kuisisioner

$\alpha_{it}$  = koefisien keterandalan butir kuisisioner

$\sum S_i^2$  = jumlah variansi skor butir yang valid

$S_t^2$  = variansi total skor butir

Untuk mencari besarnya variansi butir kuisisioner dan variansi total skor butir di gunakan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} - \left( \frac{\sum X_i}{n} \right)^2 \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan :

$S_i^2$  = variansi skor tiap-tiap item

$\sum X_i^2$  = jumlah skor setiap butir

$(\sum X_i)^2$  = jumlah kuadrat skor setiap butir

N = jumlah responden

Menurut Sekaran (2013), dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

Jika koefisien *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,6 \rightarrow$  maka *Cronbach's Alpha acceptable (construct reliable)*.

Jika *Cronbach's Alpha*  $< 0,6 \rightarrow$  maka *Cronbach's Alpha poor acceptable (construct unreliable)*.

### 3.5.3.2. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis  $R^2$  (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-1). Jika nilai  $R^2$  mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variabel variabel independen terhadap variabel dependen. sebaliknya, jika  $R^2$  mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen. (Priyatno, 2014:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

#### 1. Koefisien determinasi parsial

- a. Kontribusi pengaruh persepsi harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com (Y)

$$KDP_1 = (r_{Y1.23})^2 \times 100\%$$

- b. Kontribusi pengaruh kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com (Y)

$$KDP_2 = (r_{Y2.13})^2 \times 100\%$$

- c. Kontribusi pengaruh citra merek ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com (Y)

$$KDP_3 = (r_{Y3.12})^2 \times 100\%$$

#### 2. Koefisien determinasi simultan

Kontribusi pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com

$$Adjusted R^2 = (r_{Y123})^2 \times 100\%$$

### 3.5.3.3. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Pengujian hipotesis secara parsial (uji t)

##### a. Pengaruh $X_1$ terhadap Y

Ho :  $\beta_{y1.23} = 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com).

Ha :  $\beta_{y1.23} \neq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com).

##### b. Pengaruh $X_2$ terhadap Y

Ho :  $\beta_{y2.13} = 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com).

Ha :  $\beta_{y2.13} \neq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com).

##### c. Pengaruh $X_3$ terhadap Y

Ho :  $\beta_{y3.12} = 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com).

Ha :  $\beta_{y3.12} \neq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com).

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *P-value* dibandingkan terhadap  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ )

Ho ditolak, Ha diterima jika *P-value* < 0,05 dan

Ho diterima, Ha ditolak jika  $P\text{-value} \geq 0,05$

2. Pengujian hipotesis secara simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

Ho :  $\beta_{y123} = 0$  (secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com).

Ha :  $\beta_{y123} \neq 0$  (secara simultan terdapat pengaruh signifikan persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Toko *online* Sportaways.com).

Adapun untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara berganda (bersama-sama), digunakan nilai *Significance F* dibandingkan terhadap  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ).

Ho ditolak, Ha diterima jika  $Significance F < 0,05$  dan

Ho diterima, Ha ditolak jika  $Significance F \geq 0,05$