

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu strategi penelitian asosiatif yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2017: 8) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian asosiatif besifat kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sebab akibat (Sugiyono, 2017: 37). Jadi disini ada variabel bebas (variabel yang mempengaruhi) dan variabel terikat (dipengaruhi). Dalam penelitian ini, strategi penelitian asosiatif kausal digunakan untuk menjelaskan tentang pengaruh *Atlet Endorser* (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) terhadap Keputusan Membeli (Y).

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, melainkan juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu sendiri. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Cakung Jakarta Timur yang menggunakan produk sepatu futsal Specs.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari popuasi itu.

Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85) *Purposive Sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Kriteria dan pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengguna sepatu futsal Specs dengan minimal usia 17 tahun. Dengan usia yang sudah dewasa diharapkan responden dapat menilai secara obyektif mengenai pernyataan dalam kuesioner dengan variabel penelitian.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian menggunakan metode pengumpulan data dengan cara kuesioner. Adapun metoda pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Data premier yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan, sebagai berikut:

- (a) Observasi

Metode pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dengan pengamatan dan pencatatan terhadap segala objek yang diamati, sehingga nanti peneliti mendapatkan data yang akurat dan relevan.

(b) Kuesioner

Penelitian digunakan dengan mengumpulkan data-data mengenai persepsi dan preferensi konsumen dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan jawaban.

2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenan dengan penelitian yang dilakukan, sebagai berikut:

(a) Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Penelitian kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh melalui studi pustaka. Dalam hal ini, penelitian berusaha mencari, membaca dan mendapatkan sumber-sumber ilmiah yang terdapat didalam buku manajemen, perpustakaan dan website yang berkaitan dengan objek penelitian.

Menurut Sekaran dan Bougie (2016:82) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian. Setiap pertanyaan berhubungan dengan masalah yang dibahas di penelitian ini. Pertanyaan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan skala likert. Skala likert yaitu skala yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang (Sugiyono, 2016:93).

Jawaban dari pertanyaan responden (kualitatif) diubah menjadi kuantitas berupa angka atau skor (Sugiyono, 2016:93) seperti tabel dibawah ini:

Tabel 3.1. Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2016:97)

Keterangan: untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat setuju (SS)” maka memiliki bobot nilai 4, untuk pertanyaan dengan jawaban “setuju (S)” maka memiliki bobot nilai 3, untuk pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju (TS)” maka memiliki bobot nilai 2, untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat tidak setuju (STS)” maka memiliki bobot nilai 1.

3.4 Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen, yaitu atlet endoser, kualitas produk, harga dan keputusan membeli. Variabel-variabel yang diukur dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator, selanjutnya sub indikator tersebut dijadikan sebagai dasar untuk membuat pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner penelitian.

Tabel 3.2. Indikator Atlet Endorser

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1	Visibility	Seberapa jauh kinerja dan popularitas atlet endorser	1
2	Credibility	Seberapa tahu endorser mengetahui produk yang akan digunakan	2
3	Attraction	Seberapa tahu konsumen pada atlet dan produk yang digunakan	3
4	Power	Seberapa menariknya atlet dalam mengiklankan dan menggunakan produk	4

Sumber : Royan (2017)

Tabel 3.3. Indikator Kualitas Produk

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1	Kinerja	Karakteristik suatu produk	4
2	Fitur	Pelengkap khusus	5
3	Realibilitas	Kegagalan/kerusakan produk	6
4	Konformasi	Tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan	7
5	Daya Tahan	Menunjukkan usia produk	8
6	Kemampuan Melayani	Kecepatan dan kemudahan dalam pelayanan	9
7	Estetika	Daya tarik produk	10
8	Persepsi terhadap Kualitas	Kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual	11

Sumber : Tjiptono (2015: 315)

Tabel 3.4. Indikator Harga

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1	Keterjangkauan harga produk	Harga produk lebih terjangkau dibanding produk yang lain	12
2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga produk sesuai dengan kualitas yang diberikan	13
3	Daya saing harga produk	Harga suatu produk berbeda dengan produk lainnya	14
4	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk sesuai dengan manfaat yang didapat	15

Sumber : Kotler (2016:52)

Tabel 3.5. Indikator Keputusan Membeli

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1	Product choice (Pilihan produk)	Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk	16
2	Brand choice (Pilihan merek)	Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek produk yang akan dibeli atau digunakan	17
3	Dealer choice (Pilihan tempa penyalur)	Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi	19

4	Purchase amount (Jumlah pembelian atau kuantitas)	Konsumen dapat mengambil keputusan seberapa banyak produk yang akan dibelinya	20
5	Purchase timing (Waktu pembelian)	Keputusan konsumen dalam pembelian produk	21
6	Payment method (Metode pembayaran)	Konsumen dapat mengambil keputusan metode pembayaran yang akan dilakukan	22

Kotler dan Keller (2016:183)

3.5. Metode Analisis Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *SmartPLS* versi 3, hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi tingkat kesalahan yang besar. Menurut Ghazali dan Latan (2015:5) PLS (*partial least square*) merupakan metode analisis yang powerful dan sering disebut sebagai *soft modeling* karena meniadakan asumsi-asumsi regresi. Dalam alat uji analisis, menurut Ghazali dan Latan (2015:7) LS menggunakan dua evaluasi permodelan yaitu model pengukuran (*outer model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas dan model struktural (*inner model*) untuk menguji hipotesis dengan model prediksi.

3.5.1. Metode Pengolahan Data

PLS merupakan factor penentu metoda analisis data yang digunakan untuk mengukur skala tertentu dalam jumlah sample kecil (Ghozali, 2014 : 29) PLS juga dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori dan juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variable laten.

3.5.2 Metode Analisis Statistik

1) *Outer Model*

Menurut Ghazali dan Latan (2015:73) model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reabilitas model konstruk. *Outer model* dengan indikator refleksif dievaluasi dengan melalui validitas *convergent*, *discriminant* dan *composite reability* serta *cronbach alpha* untuk blokir indikatornya. Uji yang dilakukan pada outer model yaitu :

- a. *Convergent validity* memiliki prinsip bahwa seharusnya pengukuran-pengukuran dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas smartPLS dengan melihat nilai *loading factor* yakni harus lebih dari 0,7.
- b. *Composite Reliability dan cronbach alpha* sering disebut sebagai *Dillon Goldstein's*. Peneliti lebih disarankan untuk menggunakan uji validitas *composite reability* karena apabila melihat *cronbach alpha* dari setiap konstruk maka nilainya akan lebih rendah. Nilai validitas composite untuk setiap konstruk harus lebih besar dari 0,7.
- c. *Discriminant Validity* lebih berhubungan dengan prinsip bahwa seharusnya pengukur konstruk yang berbeda tidak berkorelasi tinggi. Cara untuk menguji validitas deskriminan adalah dengan melihat nilai *loading factor* yang harus $> 0,7$ atau dapat dengan membandingkan akar kuadrat AVE dengan nilai korelasi antar konstruk model. Nilai ini merupakan nilai *loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki deskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain.

2) **Inner Model**

Menurut Ghozali dan Latan (2015:79) dalam menguji model struktural dengan metode PLS dapat dengan melihat *R Square* untuk setiap variabel endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai dari *R Square* dapat dijadikan sebagai acuan untuk menjelaskan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel terhadap variabel endogen apakah memiliki pengaruh. Nilai *R Square* 0.75, 0.50 dan 0.25 dapat diisimpulkan apakah model tersebut kuat, moderate atau lemah.

3) **Pengujian Hipotesis**

Setelah melakukan berbagai evaluasi, maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan cara analisis jalur (*path analysis*) atas model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan melihat koefisien jalur (*path coefficients*)

yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen memengaruhi variabel dependen, dan tingkat signifikansinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian..

Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Apabila tingkat signifikansi yang dipilih sebesar 5% maka tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. dalam penelitian ini ada kemungkinan mengambil keputusan yang salah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%. Berikut ini yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu:

$P\text{-value} < 0,05$: H_0 ditolak

$P\text{-value} \geq 0,05$: H_0 diterima

$P\text{-value}$: *Probability value* (nilai probabilitas atau peluang) atau nilai yang menunjukkan peluang sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang salah sebesar 5% (tingkat ketidak yakinan) dan kemudian mengambil keputusan yang benar sebesar 95% (tingkat kepercayaan), hasil 95% tersebut didapat dari $100\% - 5\% = 95\%$