

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dimana penelitian dilakukan pada pemain futsal pengguna produk sepatu futsal specs di Bandar Lampung. Menurut sugiyono (2016) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Penelitian menggunakan metode *asosiatif* yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan untuk mencari hubungan sebab- akibat.

3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data primer. Data primer adalah data yang diberikan langsung kepada pengumpul data selama melakukan penelitian dilapangan yaitu berupa data dalam bentuk jawaban yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada responden yaitu pemain futsal di Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu metode survey. Survey merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada sekelompok responden dengan cara turun langsung ke lapangan untuk melakukan penelitian dengan maksud memperoleh data – data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut diperoleh dengan teknik kuesioner, yaitu peneliti membuat daftar pertanyaan tertulis yang disebarakan kepada responden yaitu pemain futsal pengguna produk sepatu futsal Specs di Bandar Lampung yang dijadikan sampel dalam penelitian.

Skala pengukuran dalam penelitian ini yang digunakan adalah likert. Pengukuran untuk variabel independen dan dependen menggunakan teknik scoring untuk memberikan nilai pada setiap alternatif jawaban sehingga dapat dihitung. Jawaban dari pertanyaan yang diajukan yaitu:

Tabel 3.1 Skor Jawaban Pernyataan Responden

Poin	Keterangan	Kode
1	Sangat tidak setuju	STS
2	Tidak setuju	TS
3	Netral	N
4	Setuju	S
5	Sangat setuju	SS

Sumber : Sugiyono, 2011

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pemain futsal pengguna produk sepatu futsal Specs di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Metode pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Jenis kelamin laki laki Berusia 16 – 17 tahun
- b. Menggunakan sepatu futsal Specs
- c. Berdomisili di Bandar Lampung
- d. Club Futsal di Bandar Lampung

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *Z-Score* adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z\alpha/2}{E} \right]^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin diperoleh

z = Angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari mean

E = Kesalahan maksimal yang mungkin dialami

A = Tingkat kesalahan data yang dapat ditoleransi oleh peneliti

Bila tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=5\%$) artinya peneliti meyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% serta batas eror sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolelir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari keseluruhan responden maka besarnya sampel adalah :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z_{0,05/2}}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [384,16] = 96 \text{ responden di bulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 100 sampel.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016).

3.5.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono,2016). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Kualitas produk (X1), *brand image* (X2)

3.5.2 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono,2016). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberikan penjelasan atau keterangan tentang variabel – variabel operasional sehingga dapat diamati dan diukur. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas produk (X1)	Menurut kotler dan keller (2009, p.143) kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat.	Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki rmanfaat bagi konsumennya dan dapat menentukan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan harapan dari pelanggan itu tersendiri terhadap kualitas produk yang dirasakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Performance (kinerja) 2. Reliabilty (Kehandalan) 3. Conformance (kesesuaian) 4. Durability (daya tahan) 5. Service ability (daya huna) 6. Aesthetics (Estetika) 7. Perceived quality 	INTERVAL
<i>Brand image</i> (X2)	Menurut Tjiptono	Citra merek adalah keyakinan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Citra pembuat (<i>Corporate</i>) 	INTERVAL

	(2005:49), “ <i>Brand Image</i> merupakan deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu”. <i>Brand image</i> itu sendiri memiliki arti kepada suatu pencitraan sebuah produk dibenak konsumen secara massal. Setiap orang akan memiliki pencitraan yang sama terhadap sebuah merek	konsumen terhadap merek tertentu, citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk sepatu futsal specs di Bandar Lampung	<i>Image</i> 2. Citra/ konsumen (<i>product Image</i>), 3. Citra pemakai (<i>User Image</i>)	
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian suatu kegiatan membeli sejumlah barang atau jasa, yang dipilih berdasarkan informasi yang didapat tentang produk	Kegiatan dalam membeli produk sepatu futsal specs untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya dengan proses keputusan pembelian	1. Keputusan jenis produk 2. Keputusan tentang produk 3. Keputusan tentang merek 4. Keputusan tentang penjualan 5. Keputusan tentang jumlah produk 6. Keputusan tentang waktu pembelian	INTERVAL

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016) validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Sesuatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuisioner yang langsung diberikan kepada pengguna

sepatu futsal Specs di Bandar Lampung. Dalam Penelitian ini, uji validitas di lakukan dengan menggunakan validitas *product moment* dengan menggunakan Program SPSS (*Statistical Program and Service Solution 20*).

Kriteria uji validitas instrumen ini adalah:

1. Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a
2. Tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 diterima dan menolak H_a

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016), Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur data memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama, fungsi dari uji reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan kuesioner (angket). Untuk mengukur tingkat reliabilitas kuesioner digunakan rumus Cronbach Alpha 0,05 untuk menginterpretasikan dengan menggunakan tabel interpretasi r, untuk menyimpulkan alat bantu yang digunakan cukup realibel menurut sugiyono (2016).

Tabel 3.2 Interpretasi Nilai R

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 - 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 - 0,7999	Tinggi
0,4000 - 0,5999	Cukup
0,2000 - 0,3999	Rendah
0,0000 - 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono, 2011

H_0 : Data Reliabel

H_a : Data tidak Reliabel

Kriteria pengambilan keputusan

1. H_0 : apabila $r_{hitung} > r_{Tabel}$ maka instrumen reliabel.
2. H_a : apabila $r_{hitung} < r_{Tabel}$ maka instrumen tidak reliabel.

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari jumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan One Sample Kolmogorov – Smirnov Test dengan menggunakan program SPSS 20.0

Ho: Data berasal dari populasi berdistribusi normal.

Ha: Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

Kriteria pengambilan keputusan :

1. Apabila (Sig) < 0,05 maka Ha ditolak (Distribusi tidak Normal).
2. Apabila (Sig) > 0,05 maka Ho diterima (Normal).

3.8.2 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Pengujian ini dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan Test For Linearity pada taraf signifikansi 0,05. Tiga variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Deviation From Linearity) lebih dari 0,05.

Ho : Model regresi berbentuk linear

Ha : Model regresi tidak berbentuk linear

Adapun kriteria pengambilan keputusan yaitu :

1. Linear jika probabilitas (sig) > 0,05 maka Ho diterima
2. Tidak linear jika probabilitas (sig) < 0,05 maka Ho ditolak

3.8.3 Uji Multikolinier

Uji Multikolinier digunakan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas (independen) yang lain. Dalam analisis

regresi berganda, maka akan terdapat dua atau lebih variabel bebas atau variabel independen yang diduga mempengaruhi variabel tergantungnya. Pendugaan tersebut dapat dipertanggung jawabkan apabila tidak terjadi adanya hubungan yang linear diantara variabel – variabel independen.

Prosedur pengujian :

a. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinier

Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinier

b. Jika nilai $tolerance < 0,1$ maka ada gejala multikolinier

Jika nilai $tolerance > 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinier

3.9 Metode Analisis Data

Sugiyono (2016), analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk meneliti yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen yaitu kualitas produk (X_1), *Brand image* (X_2), Variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y), maka dalam dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Persamaan umum regresi linier berganda yaitu digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan

Y = Keputusan pembelian

X1 = Kualitas produk

X2 = *Brand image*

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi variabel Kualitas produk

b_2 = Koefisien regresi variabel *Brand image*

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t

Uji T atau uji parsial yaitu untuk mengetahui dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Pada pengujian hipotesis ini, agar hasil penelitian signifikan maka perlu dilakukan pengujian hipotesis melalui uji T mengenai pengaruh Kualitas Produk (X1) dan *Brand Image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

1. Pengaruh Kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 = Kualitas produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu futsal Specs pada di Bandar Lampung

H_a = Kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu futsal Specs di Bandar Lampung

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- b. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima

2. Pengaruh *Brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 = *brand image* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu futsal specs di Bandar Lampung

H_a = *brand image* (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu futsal Specs di Bandar Lampung

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

- b. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima

2.10.2 Uji F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependent.

1. Pengaruh kualitas produk (X1), *brand image*(X2), terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu futsal Specs di Bandar Lampung

Ho= kualitas produk (X1), *brand image*(X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu futsal specs di Bandar Lampung

Ha=Kualitas produk (X1), *brand image*(X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu futsal Specs di Bandar Lampung

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak
Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ho diterima
- b. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima