

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:02). Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (explanatory research) dengan pendekatan kuantitatif, dan untuk sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Dan untuk lokasi dalam penelitian ini yaitu di Kota Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data Primer. Menurut Sugiyono (2017:225) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data primer diperoleh dari hasil jawaban kuesioner yang disebarakan kepada konsumen. Menurut Sugiyono (2017:142) keusioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Alasan mengapa peneliti menggunakan metode kuesioner atau angket didalam penelitian ini antara lain:

1. Responden merupakan orang yang lebih tahu tentang dirinya
2. Responden mempunyai kemampuan untuk menggabungkan kegiatan yang diinginkan di dalam angket.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner, menurut Sugiyono (2017:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner dengan menyebarkan angket atau daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden yang mengetahui atau yang pernah membeli produk sepatu olahraga merek Ardiles yang terdapat di Kota Bandar Lampung.

Penelitian ini menggunakan teknik skala likert (1,2,3,4,5) dalam mengukur tingkat jawaban dari responden. Kuesioner dalam bentuk pilihan ganda merupakan jenis yang dipilih peneliti untuk diterapkan dalam kuesioner yang akan disebarkan kepada responden, dan dalam setiap item soal diberi 5 jawaban. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu :

- | | |
|------------------------------|--------|
| 1. SS = Sangat Setuju | skor 5 |
| 2. S = Setuju | skor 4 |
| 3. N = Netral | skor 3 |
| 4. TS = TIdak Setuju | skor 2 |
| 5. STS = Sangat Tidak Setuju | skor 1 |

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Poupulasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Dalam pengertian tersebut berarti populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Kota Bandar Lampung yang pernah membeli produk sepatu olahraga merek Ardiles, karena jumlah konsumen yang telah membeli produk sepatu olahraga merek Ardiles di Kota Bandar Lampung tidak diketahui maka akan digunakan data penjualan yang di dapat melalui *official store* Ardiles pada situs *e-commerce* Shopee dalam dua tahun terakhir yaitu pada tahun 2018 sampai 2019 sebagai asumsi jumlah populasi konsumen produk sepatu olahraga merek Ardiles. dari data tersebut terdapat lima kategori sepatu olahraga yaitu *Running, Soccer, Badminton, Basket* dan *Futsal* yang total keseluruhan penjualannya adalah 1288 pasang sepatu yang mana

nilai tersebut merupakan nilai rata-rata penjualan dalam satu tahun, sehingga berdasarkan hal tersebut maka populasi di asumsikan sebesar 1288.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2017:81) menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini yaitu sebagian dari konsumen produk sepatu merek Ardiles dan Ardiles di Kota Bandar Lampung. Teknik penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode *Non Probability Sampling* atau semua populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan menjadi sampel, dengan menggunakan teknik *Sampling Purposive*. Dalam Sugiyono (2017:85) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam pengambilan sampel dibatasi pada ciri khusus seseorang yang akan memberikan informasi dan sesuai dengan yang diinginkan oleh peneliti. Adapun untuk kriterianya adalah masyarakat yang berdomisili di kota Bandar Lampung yang telah berumur 19 tahun hingga 45 tahun dan pernah membeli produk sepatu merek Ardiles, hal tersebut dipilih dengan alasan karena telah dianggap mampu memahami dan menjawab kuesioner dengan baik, dan juga mengetahui produk sepatu olahraga merek Ardiles.

Adapun untuk menentukan berapa jumlah sampel karena dalam penelitian ini jumlah populasi sebesar 1288 maka akan ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Sanusi, 2011: 101) :

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

α = Toleransi ketidakteelitian yang dikehendaki

Berdasarkan rumus diatas, maka sampel penelitian ini adalah :

$$n = \frac{1288}{1 + 1288 (0.1)^2}$$
$$n = \frac{1288}{12,89} = 99,92$$

Jadi berdasarkan perhitungan diatas didapatkan hasil bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang.

3.5 Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel yang digunakan yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

- a. Variabel bebas X (*independent*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya dalam hal ini yaitu variabel terikat Y (*dependent*). Variabel bebas X (*independent*) dalam penelitian ini adalah *country of origin*, dan citra merek.
- b. Variabel terikat Y (*dependent*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau yang menjadi akibat. Karena adanya variabel bebas X variabel terikat Y (*dependent*) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Operasional Variabel	Indikator	Skala pengukuran
<i>Country of origin</i> (X1)	Menurut Kotler dan Keller (2016:261) mengungkapkan bahwa persepsi negara asal adalah asosiasi mental dan kepercayaan yang dipicu oleh sebuah negara	<i>Country of origin</i> merupakan Negara asal yang memproduksi produk sepatu olahraga merek Ardiles	<ol style="list-style-type: none"> 1. Country Beliefs 2. People Affect 3. Desired Interaction <p>Sumber : Dinata (2015)</p>	Likert
Citra Merek (X2)	Menurut Kotler dan Keller (2016:403) citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya.	Citra merek adalah persepsi yang tertanam dalam benak konsumen ketika mendengar atau melihat sesuatu dari merek sepatu Ardiles.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunggulan asosiasi merek 2. Kekuatan asosiasi merek 3. Keunikan asosiasi merek <p>Sumber : Kotler dan Keller (2012)</p>	Likert
Keputusan pembelian (Y)	Kotler (2016:195) menyatakan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian,	Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk sepatu olahraga merek Ardiles.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan produk/jasa 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan waktu 4. Pilihan metode/cara pembayaran <p>Sumber : Saputra (2015)</p>	Likert

	keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.			
--	---	--	--	--

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Pada penelitian ini peneliti mengukur variabel X1 yaitu *contry of origin*, variabel X2 yaitu citra merek, dan variable Y yaitu keputusan pembelian. Uji persyaratan instrumen akan menguji Validitas dan Reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Sebelum dilakukan tahap pengolahan data maka akan dilakukan uji validitas untuk mengukur validitas instrumen penelitian. Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Menurut Sugiyono (2017:267) validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas dilakukan untuk mengukur dan mengetahui sah atau valid tidak nya suatu kuesioner. Untuk mengukur tingkat validitas instrumen dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi produk momen, diolah dengan menggunakan program **SPSS 20** dengan kriteria sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Dimana:

r = Korelasi antara variable X dan Y

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total seluruh item

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:268) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketetapan suatu ukuran atau alat ukur kehandalan. Suatu alat ukur dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi atau bisa dipercaya apabila alat ukur tersebut stabil sehingga alat ukur tersebut dapat diandalkan dan dapat di gunakan untuk meramalkan.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *alpha cronchbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Dimana :

- r_{11} = Reliabilitas instrument
- k = Jumlah item pertanyaan yang di uji
- $\sum \sigma_i^2$ = Jumlah skor varian tiap – tiap item
- σ^2 = Varians total

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji persyaratan analisis data yang pertama dilakukan dengan menggunakan uji Normalitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang ditarik sudah representative atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya. Dalam buku Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:134) dijelaskan bahwa uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik. Apabila data tidak berdistribusi normal, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametrik melainkan menggunakan analisis non-

parametrik. Namun, ada solusi lain jika data tidak berdistribusi normal, yaitudengan menambah lebih banyak jumlah sampel.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Ho: data berdistribusi normal
Ha: data berdistribusi tidak normal
2. Jika Sig > (0,05) normal
Jika Sig < (0,05) tidak normal

3.8.2 Uji Homogenitas

Dijelaskan dalam (Rojihah2015:62) bahwa uji homogenitas diperlukan untuk mengetahui apakah data sampel yang di ambil dari populasi yang digunakan dalam penelitian adalah homogen (sejenis) atau tidak. Uji homogenitas dilakukan dengan menggunakan Levene's Test, alasan menggunakan metode Levene's test karena penelitian ini hanya membandingkan dua varians. Data dikatakan homogen jika signifikansi yang diperoleh > 0,05.

Prosedur pengujian menggunakan ketentuan sebagai berikut:

1. Ho : Varian populasi adalah homogen
Ha : Varian populasi adalah tidak homogen

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima
Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak
2. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan menggunakan nilai kedua probabilitas (Sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X homogeny atau tidak homogen.

3.8.3 Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan benar atau tidak. Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:146) menjelaskan bahwa konsep sederhana dari uji linearitas yaitu untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear. Uji ini biasanya digunakan sebagai syarat dalam analisis korelasi atau regresi linear.

Rumusan Hipotesis.

1. H_0 : model regresi berbentuk linear
 H_a : model regresi tidak berbentuk linear
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka H_0 ditolak
 Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka H_0 diterima

3.8.4 Uji Multikolinieritas

Dalam Lupiyoadi dan Ikhsan (2015) dijelaskan bahwa multikolinieritas adalah suatu kondisi di mana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linier. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas dan untuk mendeteksi apakah suatu model mengalami gejala multikolinieritas, maka kita dapat melihat pada:

- a. Ketidakonsistenan antara koefisien regresi yang diperoleh dengan teori yang digunakan. Misalnya, nilai koefisien regresi yang dihasilkan dari perhitungan menghasilkan nilai negative, sedangkan teori yang digunakan menyatakan bahwa koefisien regresi bernilai positif.
- b. Nilai R-Square semakin membesar, padahal pada pengujian secara parsial tidak ada pengaruh atau signifikan > 0,05.
- c. Terjadi perubahan yang berarti koefisien bermodel regresi. Misal, nilainya menjadi lebih besar atau kecil apabila dilakukan penambahan atau pengurangan sebuah variabel bebas dari model regresi.
- d. *Overestimated* dari nilai standar *error* untuk koefisien regresi.

Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Model regresi yang baik, jika hasil perhitungan menghasilkan nilai $VIF < 10$ dan bila menghasilkan nilai $VIF > 10$ berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius di dalam model regresi. Selain melihat nilai VIF, bias juga dideteksi dari nilai *tolerance*, yaitu jika nilai *tolerance* yang dihasilkan mendekati 1, maka model terbebas dari gejala multikolinieritas sedangkan semakin menjauhi 1, maka model tidak terjadi/bebas gejala multikolinieritas.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis kuantitatif yaitu merupakan analisis penelitian yang bekerja menggunakan angka, yang datanya berbentuk bilangan (skor atau nilai, peringkat, dan frekuensi) yang analisisnya menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.

Penelitian ini menggunakan variabel (X) lebih dari satu maka analisis kuantitatif yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solution) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *country of origin* (X1), dan citra merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung. Maka rumus analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

Y	= Variabel Keputusan Pembelian
a	= Konstanta
b1, b2, b3	= Koefisien Regresi
X1	= Variabel <i>Country Of Origin</i> atau Negara Asal
X2	= Variabel Citra Merek

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t

Menurut Lupiyoado dan Ikhsan (2015:168) dijelaskan bahwa uji t digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah jika secara terpisah suatu variabel X masih memberikan kontribusi secara signifikan atau pengaruh terhadap variabel Y. Apabila t_{hitung} masing-masing variabel bebas, yaitu *country of origin*, dan citra merek lebih besar dari t_{tabel} maka variabel bebas tersebut secara parsial memiliki pengaruh pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha=5\%$ terhadap variabel Y sebagai variabel dependen (keputusan pembelian).

Pengaruh *country of origin* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ho = Tidak terdapat pengaruh *country of origin* terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.

Ha = Terdapat pengaruh *country of origin* terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.

Pengaruh citra merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ho = Tidak terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.

Ha = Terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung

3.10.2 Uji F

Dijelaskan dalam buku Lupiyoadi dan Ikshsan (2015:167) bahwa uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama). Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, dalam hal ini yaitu antara *country of origin*, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Pengaruh *country of origin* (X1), dan citra merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

- Ho = Tidak terdapat pengaruh *country of origin* (X1), dan citra merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.
- Ha = Terdapat pengaruh *country of origin* (X1), dan citra merek (X2), terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.