

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Analisis kuantitatif adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis yang digunakan adalah asosiatif dengan bentuk hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, disini ada variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) dan dalam penelitian ini akan melihat pengaruh citra merek dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah : Data primer yaitu data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu seluruh pemain futsal yang membeli sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dipakai didalam penelitian ini adalah metode survei yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan sejumlah besar data berupa variabel, unit atau individu dalam waktu yang bersamaan. Data dikumpulkan melalui individu atau sampel fisik tertentu

dengan tujuan agar dapat menggeneralisasikan terhadap apa yang diteliti. Variabel yang dikumpulkan dapat bersifat fisik maupun sosial sehingga penelitian dapat memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan tertulis secara tertutup kepada responden yaitu seluruh pemain futsal yang membeli sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah Likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran**

SS	Sanga Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
CS	Cukup Setuju	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber: Sugiyono (2015)

### 3.4 Populasi Dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang di terapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen bandar lampung yang membeli sepatu futsal Ortuseight di bandar lampung.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sample diambil dari populasi yaitu sebagian konsumen yang telah membeli sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung. Metode

penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sample berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Kriteria Pemilihan Sampel**

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1.	Berusia minimal 17 tahun baik untuk laki-laki maupun perempuan.
2.	konsumen yang telah membeli sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung
3	Berdomisili Bandar Lampung

Sumber : Data Diolah, 2020

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Ortuseight yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Pada penelitian ini populasi yang diambil menggunakan rumusan penentuan yang dinyatakan oleh slovin dengan batasan kesalahan 10% rumus perhitungan ukuran sample adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen ketidak telitian yang masih dapat ditolelir sebesar 1-15%,

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah:

$$= \frac{4.362}{1 + (4.362) \cdot (0,10)^2}$$

$$= \frac{4.362}{44,62} = 97,8 \text{ minimal } 99 \text{ responden}$$

### 3.5 Variabel Penelitian

#### 3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah citra merek dan *brand ambassador*

#### 3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Variabel dependent (terikat) merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan pembelian

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Citra Merek	Kotler dan Keller (2016) citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen	Persepsi konsumen positif atau negatif mengenai merek suatu produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merek dikenal oleh masyarakat luas.</li> <li>2. Merek menambah citra diri penggunaannya.</li> <li>3. Merek memiliki ciri khas yang berbeda dengan merek lain</li> </ol> <p>Menurut : Pradana (2017)</p>	Interval
<i>Brand Ambassador</i>	Sasmita (2019) menyatakan bahwa <i>brand ambassador</i> adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dan terhubung dengan publik, tentang bagaimana mereka benar - benar meningkatkan penjualan	seorang selebriti atau seseorang yang terkenal sebagai icon produk yang bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Visibility</i></li> <li>2. <i>Credibility</i></li> <li>3. <i>Attraction</i></li> <li>4. <i>Power</i></li> </ol> <p>Menurut : Samosir (2017)</p>	Interval

Keputusan Pembelian	Kotler dan Keller (2016) keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menganggap harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan, bukan harga yang dinyatakan pemasar. Dengan demikian kualitas produk yang baik, harga yang sesuai, dan kepercayaan yang tinggi dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan proses keputusan pembelian	Perilaku atau tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli sebuah produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsumen memiliki kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan..</li> <li>2. Konsumen mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan</li> <li>3. Konsumen memilih perusahaan dibanding pesaing</li> <li>4. Konsumen memutuskan membeli produk yang disediakan oleh perusahaan</li> <li>5. Konsumen merasa puas setelah membeli produk perusahaan</li> </ol> <p>Menurut Kotler dan Keller (2016)</p>	Interval
---------------------	--	---	---	----------

Sumber : Data Diolah, 2020

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji kelayakan instrumen, dalam pengujian validitas instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Instrumen dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi  $\geq$  dari 95% atau  $\alpha = 0,05$ .

1. Prosedur pengujian :

Ho : Intrumen valid

Ha : Intrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila  $\text{sig} < 0,05$  maka intrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila  $\text{sig} > 0,05$  maka intrumen dinyatakan tidak valid

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai  $r$  alpha indeks korelasi.

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi Nilai  $r$**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	SangatTinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	SangatRendah

## 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

### 3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sample yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sample bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS 20.

Prosedur Pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

H<sub>1</sub> : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila Sig < 0.05 maka Ho ditolak (distribusi sample tidak normal)

Apabila Sig > 0.05 maka Ho diterima (distribusi sample normal)

### 3.8.2 Uji Lineritas Sampel

Uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS 20 dengan melihat table Anova atau sering disebut *Test for Linearity*.

Prosedur Pengujian

1. Rumusan Hipotesis

Ho = Model regresi berbentuk linear.

H<sub>1</sub> = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka Ho diterima.

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka Ho ditolak

## 3.9 Metode Analisis Data

### 3.9.1 Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu citra merek dan *brand ambassador* yang mempengaruhi variabel keputusan pembelian maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (keputusan pembelian)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

$\beta$  = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1 = Variabel independen (citra merek)

X2 = Variabel independen (*brand ambassador*)

### 3.10 Pengujian Hipotesis

#### 3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

##### **Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian**

Ho: citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung

Ha: citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

##### **Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian**

Ho: *brand ambassador* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung

Ha: *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung



Kriteria  
pengujian  
:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai

$\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
2. Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

### 3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

**Pengaruh Citra Merek Dan *Brand Ambassador* Terhadap**

**Keputusan Pembelian**

$H_0$ : citra merek dan *brand ambassador* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung

$H_a$ : citra merek dan *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung

Kriteria  
pengujian  
:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai

$\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
2. Jika nilai sig  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis