

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian asosiatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang diterapkan untuk meneliti sampel atau populasi tertentu, dimana data analisisnya menggunakan alat analisis statistika program SPSS untuk pengujian hipotesisnya serta penyajian dalam pendekatan kuantitatif adalah sebuah angka (Sugiyono, 2019)

Metode penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen, yaitu persepsi harga (X1), kualitas produk (X2), dan citra merek (X3) terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian (Y).

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjelasan konkret mengenai variabel penelitian yang digunakan untuk memastikan bahwa konsep yang diukur dapat diidentifikasi dan dianalisis dengan jelas. Definisi operasional variabel adalah karakteristik yang dapat diamati dan diukur untuk menggambarkan suatu konsep abstrak dalam bentuk yang lebih terukur (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, definisi operasional digunakan untuk mengukur variabel persepsi harga, kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian sepatu Specs melalui indikator terukur seperti harga, daya tahan, dan loyalitas merek, guna memastikan data yang valid dan reliabel (Sari & Anugrah, 2023). Variabel dalam penelitian ini meliputi:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasi Variabel	Indikator	Operasional Variabel
1. Persepsi Harga (X1)	Persepsi Harga adalah ukuran nilai yang ditawarkan oleh suatu produk kepada konsumen, dan memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk tersebut. (Kotler& Armstrong,2021)	1. Kewajaran Harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Keterjangkauan Harga 4. Perbandingan Harga 5. Kesetaraan Nilai dan Harga (Kotler&Amstrong, 2021)	1. Harga sepatu Specs sudah sesuai dengan manfaat dan kualitas yang ditawarkan sesuai dengan harga pasar tidak mahal/murah secara umum. 2. Harga sepatu Specs dianggap sesuai dengan kualitas bahan, desain, dan performa yang ditawarkan. 3. Harga sepatu futsal Specs terjangkau sesuai dengan kondisi keuangan orang-orang. 4. Konsumen membandingkan harga sepatu Specs dengan merek lain yang sejenis dan menilai apakah Specs lebih murah atau mahal. 5. Konsumen merasa harga sepatu futsal Specs sepadan dengan nilai dan manfaat yang saya dapatkan.
2. Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang mencakup aspek daya tahan, keandalan, ketepatan, dan kemudahan penggunaan. (Kotler&Keller, 2021).	1. Kinerja 2. Fitur 3. Reliabilitas 4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Daya Tahan 6. Kemampuan pelayanan 7. Estetika 8. Persepsi Kualitas (Kotler & Keller, 2021)	1. Konsumen yang menggunakan Sepatu futsal Specs merasa nyaman dengan performa kinerja saat bermain futsal. 2. Fitur tambahan pada Sepatu futsal Specs seperti bantalan empuk, sirkulasi udara, atau desain anti-selip dirasakan memberi nilai lebih oleh orang-orang. 3. Sepatu Specs dianggap oleh konsumen tidak

			<p>mudah rusak dan tahan dalam penggunaan rutin.</p> <p>4. Sepatu Specs yang konsumen beli sesuai dengan deskripsi dan gambar yang ditampilkan saat promosi.</p> <p>5. Konsumen menilai sepatu Specs tetap layak pakai setelah digunakan berulang kali dalam jangka waktu lama.</p> <p>6. Konsumen merasa mudah untuk melakukan penukaran, perbaikan, atau klaim garansi jika produk bermasalah.</p> <p>7. Konsumen menyukai desain visual sepatu Specs baik dari segi warna, bentuk, dan gaya yang sesuai tren.</p> <p>8. Konsumen percaya bahwa Specs memiliki reputasi produk berkualitas dibandingkan merek lain.</p>
3. Citra Merek (X3)	<p>Citra merek merupakan kumpulan asosiasi rasional dan emosional yang melekat dalam benak konsumen, yang terbentuk melalui identitas merek yang konsisten (Aaker, 2023).</p>	<p>1. Kesadaran merek</p> <p>2. Dapat dipercaya atau diandalkan</p> <p>3. Asosiasi Merek</p> <p>4. Loyalitas Merek</p> <p>5. Aset merek Khusus/ Unit (Aaker, 2023)</p>	<p>1. Konsumen mengetahui bahwa merek Specs adalah salah satu merek sepatu futsal yang populer di Indonesia.</p> <p>2. Konsumen merasa Specs adalah merek yang konsisten menawarkan kualitas dan dapat dipercaya.</p> <p>3. Konsumen memiliki kesan positif terhadap Specs sebagai merek sepatu futsal lokal yang berkualitas.</p> <p>4. Konsumen memiliki kesetiaan terhadap Specs</p>

			dan cenderung membeli ulang serta merekomendasikan kepada konsumen lain. 5. Sepatu Specs memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri yang membuat orang-orang tertarik menggunakannya.
4. Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian sebagai perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. (Kotler & Armstrong, 2021)	1. Kematapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang (Kotler & Keller, 2021)	1. Konsumen merasa yakin bahwa sepatu Specs adalah pilihan yang tepat untuk digunakan dalam bermain futsal. 2. Konsumen sudah terbiasa membeli sepatu futsal merek Specs dibandingkan merek lain. 3. Banyak konsumen secara sukarela menyarankan sepatu Specs kepada teman, keluarga, atau rekan bermain futsal. 4. Konsumen memutuskan membeli kembali sepatu Specs karena merasa puas dengan pengalaman sebelumnya.

Sumber : Peneliti (2024).

C. Populasi dan Teknik Sampling

1. Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, populasi dan sampel merupakan dua hal inti yang tidak dapat dipisahkan karena adanya keterkaitan antara satu sama lain. Populasi ialah keseluruhan elemen ataupun unsur yang akan diteliti (Fatihudin, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah :

1. Orang yang pernah membeli dan menggunakan sepatu Specs.
2. Warga surabaya
3. Komunitas futsal di Surabaya.
3. Laki-laki umur 17-35 tahun

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan karakteristik populasi dalam penelitian (Sugiyono, 2019; Fatihudin, 2020). Penggunaan sampel dilakukan karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga, sehingga peneliti hanya mengambil sebagian populasi. Jumlah sampel yang memadai ditentukan dengan mengalikan jumlah indikator dengan angka 5 hingga 10. (Hair, 2020). Jumlah sampel yang representatif dapat ditentukan berdasarkan jumlah indikator yang digunakan, yakni dikalikan antara 5 hingga 10 kali jumlah indikator (dalam Kiswati, 2010).

Sampel minimum = jumlah indikator x 6

$$= 22 \times 6$$

$$= 132 \text{ responden}$$

$n = 132$. Berdasarkan perhitungan diatas maka didapatkan untuk sampel minimum yang diambil ialah sebanyak 132 responden, namun dibulatkan menjadi 138.

3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini digunakan teknik nonprobability sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap

anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel (Sugiyono, 2019). Teknik ini dipilih karena peneliti memerlukan responden yang memiliki pengalaman spesifik, yakni konsumen yang menggunakan sepatu futsal merek Specs (Fatihudin, 2020). Pendekatan yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan tujuan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2019).

D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

1. Metode

Metode kuantitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan fenomena atau data dengan penyajian dalam bentuk angka atau data statistik. (Salma, 2023)

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, Teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang dikumpulkan melalui proses seleksi agar memenuhi standar validitas, akurasi, dan keabsahan, sehingga siap untuk dianalisis lebih lanjut (Fatihudin, 2020). Pengolahan data bertujuan untuk menyusun, mengorganisir, serta menafsirkan informasi yang diperoleh guna menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019).

Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan :

a. Kuisisioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang efektif karena memungkinkan responden memberikan jawaban secara mandiri tanpa keterlibatan langsung dari peneliti (Sugiyono, 2019). Pemilihan metode kuesioner harus

disesuaikan dengan kebutuhan penelitian agar data yang diperoleh lebih representatif dan relevan (Nazir, 2014). Dalam penelitian ini. Kuesioner akan disebarkan menggunakan *Gogle Forms*. Dalam penelitian ini, kuesioner berlaku sebagai data primer yang akan diperoleh oleh peneliti, dengan menyebarkan kuisisioner kepada 138 responden selaku pengguna sepatu futsal Specs.

Skala pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert, yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu terhadap fenomena sosial melalui pernyataan dengan tingkat penilaian tertentu, seperti sangat setuju hingga sangat tidak setuju (Sugiyono, 2019). Skala Likert dengan rincian sebagai berikut :

1. Sangat Tidak setuju (STS) : Skor 1
2. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
3. Setuju (S) : Skor 3
4. Sangat Setuju (SS) : Skor 4

E. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur apa yang seharusnya diukur secara tepat. Validitas bertujuan memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti. Untuk menguji validitas, digunakan teknik *Pearson Product Moment*, di mana hasil pengukuran dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Uji ini berguna untuk mengevaluasi sejauh mana item dalam instrumen

mampu merepresentasikan konsep yang hendak diukur. Kriteria penilaian validitas adalah:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka item dinyatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka item dinyatakan tidak valid.

Uji validitas ini penting agar setiap butir pertanyaan pada kuesioner dapat berfungsi sebagai alat ukur yang sah dan dapat dipercaya dalam penelitian (Creswell, 2014; Kerlinger & Lee, 2000; Azwar, 2012).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya. Teknik yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha*, dengan nilai reliabilitas yang dianggap reliabel jika $> 0,6$, jika nilai Cronbach Alpha (α) $< 0,60$ maka dapat disimpulkan instrument yang digunakan tidak reliabel. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten ketika dilakukan pengujian berulang. (Ghozali, 2016).

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahapan penting dalam penelitian yang dilakukan setelah proses pengumpulan data selesai. Data yang telah dikumpulkan harus melalui proses seleksi dan verifikasi untuk memastikan validitas, akurasi, serta kesesuaian dengan tujuan penelitian (Nazir, 2014). Data yang valid dan reliabel menjadi dasar utama dalam analisis penelitian untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan (Sekaran & Bougie, 2016).

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, diperlukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model yang digunakan memenuhi persyaratan statistik. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah data memiliki distribusi normal. Distribusi yang normal penting agar hasil regresi tidak bias dan estimasi parameter akurat (Ghozali, 2016; Gujarati & Porter, 2009; Wooldridge, 2016). Salah satu metode umum yang digunakan adalah Kolmogorov-Smirnov. Dalam uji ini, jika nilai signifikansi (p-value) lebih dari 0,05 (5%), maka data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data tidak berdistribusi normal. Uji normalitas ini menjadi langkah penting dalam analisis regresi untuk memastikan bahwa model yang digunakan memenuhi asumsi statistik yang diperlukan. (Field, 2013)

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen saling berkorelasi secara kuat dalam model regresi. Multikolinearitas yang tinggi dapat mengganggu keakuratan hasil estimasi dan membuat interpretasi menjadi bias. Salah satu cara mendeteksinya adalah dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka model dianggap bebas dari multikolinearitas (Gujarati & Porter, 2009).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi bersifat tidak konsisten, yang dapat membuat hasil estimasi menjadi tidak efisien (Gujarati & Porter, 2009). Jika varians residual berubah-ubah pada tiap tingkat variabel independen, maka terjadi heteroskedastisitas, yang dapat menimbulkan kesalahan interpretasi (Wooldridge, 2016). Salah satu metode pendeteksian yang umum adalah scatterplot antara *SRESID* dan *ZPRED*; jika titik-titik menyebar acak dan merata di sekitar nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Nachrowi & Usman, 2006). Model yang bebas dari heteroskedastisitas akan menghasilkan analisis yang lebih akurat. Berikut dasar pengambilan keputusannya:

- a) Apabila nilai signifikan (Sig.) $> 0,05$ dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- b) Jika nilai signifikan (Sig.) $< 0,05$ dapat disimpulkan telah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

2. Teknik Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen (Ghozali, 2019). Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh variabel independen

terhadap variabel dependen. Model regresi yang digunakan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi

X₁ = Persepsi Harga

X₂ = Kualitas Produk

X₃ = Citra Merek

e = Error term

b. Pengujian secara parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan antara dua rata-rata sampel dari populasi yang sama (Cohen et al., 2013). Uji ini menguji hipotesis nol (H₀) yang menyatakan tidak ada perbedaan signifikan antara dua sampel. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial. Berdasarkan nilai signifikan:

a) Jika nilai signifikansi < 0,05 atau t hitung > t tabel maka

hipotesis diterima, yang berarti terdapat pengaruh antara variable bebas (X) dengan variable terikat (Y).

- b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka hipotesis ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variable bebas (X) dengan variable terikat (Y) (Hinton et al., 2014).

c. Pengujian secara simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi apakah model regresi linear secara keseluruhan mampu menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Hair et al., 2020). Uji ini menguji hipotesis nol bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam model (Sekaran & Bougie, 2016).

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dari output Anova :

- a) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh antara variable bebas (X) dengan variable terikat (Y).
- b) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka hipotesis ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variable bebas (X) dengan variable terikat (Y)

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen (Field,

2013). Nilai R^2 menunjukkan proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model secara keseluruhan. Nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan model yang baik, sementara nilai yang mendekati 0 menunjukkan model kurang mampu menjelaskan variabilitas (Sekaran & Bougie, 2016). Selain itu, adjusted R^2 digunakan untuk memberikan penilaian yang lebih akurat dengan mempertimbangkan jumlah prediktor dalam model.

