

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan metodologi atau pendekatan kuantitatif asosiatif. Pendekatan ini dipilih karena tujuannya utama adalah mengevaluasi keterkaitan dan dampak variabel bebas, yakni Kualitas produk, Konformitas kelompok, serta Reputasi merek, terhadap variabel terikat, yaitu keputusan pembelian.

B. Definisi Operasional

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Penjelasan Indikator	Instrumen
Kualitas Produk (Garvin, 1987)	Persepsi konsumen terhadap kemampuan sepatu Adidas Running dalam memenuhi kebutuhan dan harapan anggota komunitas lari di Surabaya.	<i>Performance</i>	Kinerja sepatu saat digunakan untuk aktivitas lari	Sepatu Adidas Running memberikan performa yang baik saat digunakan berlari
		<i>Durability</i>	Tingkat ketahanan	Sepatu Adidas Running memiliki

			sepatu dalam jangka waktu penggunaan	daya tahan yang baik
		<i>Feature</i>	Kelengkapan fitur yang mendukung aktivitas lari	Fitur sepatu Adidas Running mendukung kenyamanan berlari
		<i>Aesthetic</i>	Tampilan desain dan daya tarik visual	Desain sepatu Adidas Running menarik
		<i>Perceived Quality</i>	Penilaian kualitas produk secara keseluruhan	Secara keseluruhan kualitas sepatu Adidas Running baik
Konformitas Kelompok (Kelman, 1958)	Tingkat kecenderungan individu menyesuaikan keputusan pembelian sepatu Adidas Running dengan kelompok komunitas lari di Surabaya.	<i>Normative Influence</i>	Pengaruh norma dan tekanan sosial kelompok	Saya membeli sepatu Adidas Running karena pengaruh komunitas
		<i>Informational Influence</i>	Pengaruh informasi dari anggota kelompok	Informasi dari komunitas memengaruhi

				keputusan pembelian
		<i>Identification</i>	Keinginan menjadi bagian dari kelompok	Saya membeli sepatu Adidas Running agar selaras dengan komunitas
		<i>Compliance</i>	Kepatuhan terhadap keputusan kelompok	Saya mengikuti pilihan sepatu yang digunakan komunitas
		<i>Honest Claim</i>	Tingkat kepercayaan terhadap merek	Adidas membuat claim yang jujur
Reputasi Merek (Agmeka et al., 2019)	Persepsi konsumen terhadap reputasi merek Adidas sebagai produsen sepatu lari yang dipercaya.	<i>Reliable</i>	Keandalan merek	Adidas dapat diandalkan dalam menghasilkan sepatu lari
		<i>Trustworthy</i>	Keandalan merek	Kualitas Adidas dapat dipercaya

		<i>Reputable</i>	Citra perusahaan	Adidas memiliki citra perusahaan yang baik
Keputusan Pembelian (Rosillo et al., 2020)	Presepsi konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli sepatu Adidas Running berdasarkan kebutuhan, pertimbangan, serta keyakinan terhadap produk yang	<i>Problem Recognition</i>	Kesadaran konsumen akan kebutuhan sepatu running	Saya membeli sepatu Adidas Running karena sesuai dengan kebutuhan saya dalam aktivitas lari.
		<i>Information Search</i>	Konsumen mencari informasi mengenai produk sebelum membeli.	Saya mencari informasi mengenai sepatu Adidas Running sebelum memutuskan membeli.
		<i>Evaluation of Alternatives</i>	Konsumen mencari informasi mengenai produk sebelum membeli.	Saya membandingkan sepatu Adidas Running dengan merek lain sebelum membeli.

		<i>Purchase Decision</i>	Konsumen memutuskan membeli sepatu Adidas Running karena dianggap sesuai dengan kebutuhan dan harapan.	Saya memutuskan membeli sepatu Adidas Running karena sesuai dengan keinginan saya.
		<i>Post Purchase Behavior</i>	Perasaan puas atau tidak puas konsumen setelah menggunakan sepatu Adidas Running.	Saya merasa puas setelah menggunakan sepatu Adidas Running.

Sumber : Peneliti 2026

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Dalam penelitian ini, populasi merujuk pada seluruh objek atau subjek yang memiliki ciri khusus yang ditentukan oleh peneliti sebagai sumber data yang sesuai dengan pokok kajian. Populasi berperan sebagai landasan untuk proses pengumpulan data serta penyimpulan yang dapat digeneralisasikan. Menurut Sugiyono (2019), populasi dianggap sebagai ruang generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan atribut spesifik yang akan diteliti dan disimpulkan. Sejalan dengan itu, Fatihudin (2015) menjelaskan bahwa populasi adalah semua unit yang memiliki potensi untuk memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah Anggota Komunitas Suroboyo Mlayu Banter sejumlah 80 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2006), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang ada pada populasi itu. Pengambilan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan karakter anggota yang sesuai dengan tujuan penelitian . Sampel yang dipilih dari populasi harus benar-benar mewakili (*representative*) agar hasilnya dapat digeneralisasikan ke populasi secara tepat.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sensus, yaitu metode penentuan sampel dengan melibatkan seluruh anggota populasi sebagai responden (Sugiyono, 2019). Alasan

pemilihan teknik sampling jenuh ini didasarkan pada jumlah populasi yang relatif kecil, yakni kurang dari 100 orang, serta tujuan penelitian untuk memperoleh generalisasi dengan tingkat kesalahan yang sangat minimal (Sugiyono, 2019). Teknik sampling sensus mampu menghasilkan tingkat keakuratan data yang tinggi. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 80 orang (jumlah anggota komunitas lari SMB).

D. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Surabaya dengan objek penelitian pada komunitas lari yang berada di wilayah tersebut. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Surabaya merupakan salah satu kota metropolitan dengan jumlah komunitas lari yang cukup berkembang, sehingga relevan untuk mengkaji perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu Adidas Running. Subjek dalam penelitian ini adalah anggota komunitas lari SMB (Suroboyo Mlayu Banter).

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan selama dua bulan, yaitu pada bulan April sampai dengan Mei. Dalam rentang waktu tersebut, peneliti melaksanakan seluruh tahapan penelitian yang meliputi penyusunan instrumen penelitian, penyebaran kuesioner kepada responden, pengumpulan data, serta pengolahan dan analisis data hingga diperoleh hasil penelitian.

E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam konteks penelitian, data sering diartikan sebagai bahan mentah yang digunakan untuk mengungkap pola atau jawaban atas pertanyaan ilmiah. Menurut Sugiyono (2019), data adalah fakta atau informasi yang dikumpulkan dari objek penelitian, baik berupa angka, kata-kata, gambar, atau rekaman, yang kemudian diolah untuk menghasilkan kesimpulan. Ia menekankan bahwa data bukan sekadar kumpulan angka, melainkan elemen dasar yang mendukung analisis dalam metode kuantitatif atau kualitatif. Pendekatan ini berguna untuk penelitian seperti survei konsumen, di mana data membantu memahami perilaku pembelian. Keterampilan dalam menguasai teknik pengumpulan data merupakan aspek fundamental yang harus dimiliki oleh setiap peneliti. Tanpa kompetensi tersebut, kemungkinan besar peneliti akan memperoleh data yang tidak sesuai dengan kriteria kualitas yang ditetapkan. Penelitian ini memanfaatkan dua teknik pengumpulan data sebagai basis utama dalam melakukan analisis yaitu :

1. Data Primer

Data Primer menurut Hasan (2002) adalah Data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung oleh peneliti atau pihak yang membutuhkan data tersebut. Sumber data primer berasal dari informan, yaitu individu atau perorangan, melalui alat ukur seperti kuesioner untuk kepentingan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Data primer dikumpulkan secara langsung dari responden melalui kuesioner daring. Responden

dipilih dengan menggunakan teknik sampling sensus dari jumlah anggota komunitas SMB.

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan pertanyaan tertutup dengan skala Likert 4 poin. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur persepsi, keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu lari Adidas. Pemilihan kuesioner sebagai alat pengumpulan data didasarkan pada efisiensi, kemudahan distribusi, serta kemampuannya mengukur opini dalam skala yang besar secara sistematis. Menurut Sugiyono (2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan apabila peneliti sudah mengetahui dengan jelas variabel yang akan diukur dan responden bersedia memberikan jawaban secara tertulis.

Tabel 3. 2 Nilai Skala Likert

Keterangan	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

Sumber : Penulis (2026)

Instrumen kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert 4 poin tanpa opsi netral. Pemilihan skala tersebut dilakukan supaya responden memiliki posisi yang lebih jelas, berupa persetujuan atau penolakan terhadap setiap pernyataan, sehingga

data yang diperoleh dalam pengukuran sikap menjadi lebih tegas dan tidak meragukan (Sugiyono, 2019)

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Hasan (2002) merupakan informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah tersedia. Informasi ini berguna untuk memperkuat data primer yang telah diperoleh melalui bahan tertulis seperti literatur, hasil penelitian sebelumnya, buku, jurnal ilmiah dari basis data SINTA dan Scopus, serta sumber relevan lainnya seperti buku metode penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data asosiatif. Menurut Sugiyono (2019) teknik analisis data asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang mengkaji hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, strategi asosiatif diterapkan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel X (variabel bebas) yang mencakup Kualitas Produk (X1), Konformitas Kelompok (X2), Reputasi Merek (X3), terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian (variabel terikat), baik secara individual maupun bersama-sama sehingga temuan yang dihasilkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai hubungan antar konsep yang diteliti.

1. Uji Instrumen

Uji instrumen dalam penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki kualitas yang baik, yakni valid dan reliabel. Validitas dan reliabilitas merupakan dua aspek penting yang menentukan apakah suatu instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur dan menghasilkan data yang konsisten.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen mampu menggambarkan realitas objek penelitian. Menurut Sugiyono (2019) validitas menunjukkan tingkat keakurasian antara data yang diperoleh melalui instrumen dengan kondisi sebenarnya. Validitas diuji dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada taraf signifikan 0,05 dengan rincian penjelasan:

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel, maka item dianggap valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel, maka item dianggap tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji lanjutan setelah uji validitas, di mana hanya item-item yang terbukti valid yang akan diuji lebih lanjut. Pengujian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana alat ukur menunjukkan

konsistensi, yaitu apakah alat tersebut dapat memberikan hasil yang stabil jika pengukuran dilakukan berulang kali dalam kondisi yang sama (Ghozali, 2016).

Uji Reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan kriteria reliabel atau tidaknya data sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $< 0,60$ maka instrumen yang digunakan tidak reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$ maka instrumen yang digunakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian berbasis regresi, pengujian asumsi klasik merupakan langkah penting untuk menilai apakah model regresi yang digunakan telah memenuhi syarat kelayakan analisis. Pengujian ini mencakup beberapa tahapan penting, salah satunya adalah :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak, karena penyimpangan dari normalitas dapat memengaruhi validitas hasil regresi (Arikunto, 2010).

Salah satu metode yang umum digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov Test*, yang dapat dijalankan melalui perangkat lunak SPSS. Distribusi data dikatakan normal apabila memenuhi kriteria statistik tertentu berdasarkan nilai signifikansi dari uji tersebut.

1) Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0.05 maka menunjukkan distribusi normal.

2) Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0.05 maka menunjukkan distribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan linear yang sangat kuat atau hampir sempurna antara variabel - variabel independen dalam model regresi. Kondisi ini ditandai oleh nilai koefisien korelasi antar variabel yang sangat tinggi, mendekati angka satu, yang mengindikasikan adanya hubungan kolinearitas yang kuat (Purnomo, 2016). Masalah multikolinearitas ini dapat mengganggu kestabilan estimasi koefisien regresi dan mengurangi akurasi interpretasi model.

Untuk memastikan apakah multikolinearitas terjadi atau tidak, digunakan dua ukuran utama, yaitu Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Apabila nilai VIF

lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10, maka model regresi dianggap bebas dari masalah multikolinearitas (Ghozali, 2016).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varians residual antar satu observasi dengan observasi lainnya. Bila varians residual bersifat konstan, maka kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, bila variansnya tidak sama, maka terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Untuk menguji gejala ini, metode Glejser test digunakan. Dalam pengujian tersebut, keputusan didasarkan pada interpretasi nilai signifikansi.

- 1) Jika nilai signifikan (Sig.) > 0.05 maka kesimpulan yang didapatkan adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.
- 2) Jika nilai signifikan (Sig.) < 0.05 maka kesimpulan yang didapatkan adalah terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, pendekatan analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Teknik ini digunakan untuk

menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen secara simultan dan linear. Menurut Purnomo (2016), analisis regresi ini bertujuan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat berdasarkan fluktuasi atau perubahan yang terjadi pada variabel bebas. Berdasarkan penelitian ini Kualitas produk (X1), Konformitas kelompok (X2) Reputasi merek (X3) berperan sebagai variabel dependen dan Keputusan pembelian (Y) berperan sebagai variabel independen sehingga memiliki persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Variabel independen (Keputusan Pembelian)

a : konstanta

b₁ : Koefisien regresi variabel dependen (Kualitas Produk)

b₂ : Koefisien regresi variabel dependen (Konformitas kelompok)

b₃ : Koefisien regresi variabel dependen (Reputasi merek)

X₁ : Kualitas Produk

X₂ : Konformitas Kelompok

X₃ : Reputasi Merek

e : Nilai standard error

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai seberapa besar tingkat variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi melalui variabel independen yang digunakan. Nilai R^2 berada pada rentang antara 0 hingga 1. Apabila nilai R^2 mendekati nol, maka kemampuan prediktif dari variabel bebas terhadap variabel terikat tergolong rendah. Sebaliknya, semakin mendekati angka satu, maka semakin besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen.

Koefisien ini mencerminkan proporsi variabilitas data yang dapat dijelaskan oleh model regresi yang dibangun. Menurut Ghazali (2018), nilai R^2 yang tinggi menandakan bahwa sebagian besar variabilitas dalam variabel dependen dapat diterangkan oleh variabel independen yang digunakan dalam model. Apabila hasil uji F menunjukkan signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, dan begitu pula sebaliknya.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (t)

Uji T digunakan untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independen secara individu memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali (2018) pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dari hasil analisis regresi dengan nilai t tabel pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Langkah-langkah penarikan kesimpulan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) < dari 0,05 atau t hitung > dari t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial. Artinya, hipotesis diterima dan variabel independen memang mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) > dari 0,05 atau t hitung < dari t tabel, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial, sehingga hipotesis ditolak.

b. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi apakah seluruh variabel independen secara kolektif memberikan pengaruh terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi.

Prosedur ini mengandalkan analisis varians (ANOVA), yang berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis berdasarkan data statistik yang diperoleh. Menurut Ghazali (2016) pengambilan keputusan dalam uji F

dilakukan dengan mengamati tingkat signifikansi pada $\alpha = 0,05$ atau dengan membandingkan nilai F hitung terhadap F tabel. Adapun kriteria penentuannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ atau F hitung $> F$ tabel, maka hipotesis alternatif diterima, yang berarti variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$ atau F hitung $< F$ tabel, maka hipotesis ditolak, yang mengindikasikan bahwa tidak terdapat pengaruh secara simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.