

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2010;13).

### **3.2. Lokasi Penelitian**

Obyek penelitian ini pada lapangan futsal HFS (Hidayat Futsal Square) yang bertempat di GKB, Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik.

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2010;115). Populasi dalam penelitian ini adalah *customer* futsal HFS.

### 3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Sampel dalam penelitian yang ideal berdasarkan Hair dkk (1999;367) dalam Faizin (2014;31) menyatakan 5 sampai dengan 10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Jumlah seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini 13. Jadi responden yang disarankan adalah minimal 5 atau maksimal 10 kali jumlah indikator. Pada penelitian ini minimal responden  $13 \times 5 = 65$  responden, sampai jumlah maksimal  $13 \times 10 = 130$  responden. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan memilih responden yang maksimal dengan respondennya 130 responden.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *Nonprobability Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010;122). Dikatakan cocok jika orang tersebut adalah *customer* lapangan futsal HFS yang memiliki kriteria kaum laki-laki pengguna lapangan futsal HFS dan usianya minimal 16 tahun.

### **3.4. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.4.1. Identifikasi Variabel**

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel Independen terdiri dari tiga variabel yaitu Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan *Word of Mouth* (X3), sedangkan variabel Dependen terdiri dari satu variabel yaitu Keputusan Pembelian (Y).

#### **3.4.2. Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010;58).

##### **3.4.2.1. Variabel Independen (X)**

Variabel Independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat.

1. Kualitas Produk (X1): merupakan tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Adapun indikator dari variabel kualitas produk adalah :
  - a. Keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan tidak langsung.
  - b. Desain dan penampilan produk yang menarik.
  - c. Bentuk (*form*), meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk.

2. Persepsi Harga (X2): Bisa berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka. Adapun indikator dari variabel persepsi harga adalah :
  - a. Keterjangkauan harga, harga yang terjangkau bagi pelanggan.
  - b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, penyesuaian harga dengan lingkungan.
  - c. Daya saing harga, harga bisa bersaing dengan produk yang lainnya.
3. *Word of Mouth* (X3) : Merupakan kegiatan pemasaran yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan hingga menjual merek suatu produk kepada calon konsumen. Adapun indikator dari variabel *word of mouth* sebagai berikut:
  - a. Menceritakan hal-hal positif.
  - b. Merekomendasikan kepada orang lain.
  - c. Mengajak konsumen lain, setelah konsumen merasa senang dan puas.

#### **3.4.2.2. Variabel Dependen (Y)**

Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Keputusan Pembelian (Y): Pengambilan keputusan merupakan suatu keputusan yang melibatkan dua pilihan atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Adapun indikator dari variabel minat beli sebagai berikut:

1. Kemantapan/keyakinan terhadap produk.
2. Informasi tentang kualitas.
3. Sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
4. Memutuskan untuk membeli/memakai sesuai inisiatif diri sendiri.

### **3.5. Pengukuran Variabel**

Nilai variabel yang diteliti perlu diukur dengan menggunakan suatu instrumen atau alat penelitian. Pengukuran tiap variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2010;132), “skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel yang akan diukur dalam skala *Likert* dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Umumnya indikator tersebut diamati dengan menggunakan Kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang suatu hal. Skala pengukuran menggunakan skala *likert*. Jawaban diberi nilai 1 sampai dengan nilai

5. Jawaban setiap item instrumen mempunyai preferensi sebagai berikut:

1. Jika responden menjawab SS (Sangat Setuju) maka diberikan nilai 5.
2. Jika responden menjawab S (Setuju) maka diberikan nilai 4.
3. Jika responden menjawab RG (Ragu-ragu) maka diberikan nilai 3.
4. Jika responden menjawab TS (Tidak Setuju) maka diberikan nilai 2.
5. Jika responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju) maka diberikan nilai 1.

### **3.6. Jenis dan Sumber Data**

#### **3.6.1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi. Data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2010;13).

#### **3.6.2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Menurut Sugiyono (2010;193), “data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer didapatkan dari hasil pengisian kuesioner (angket) oleh *costumer* futsal HFS.

### **3.7. Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2010;199). Data kuesioner penelitian ini akan disebar pada *costumer* futsal HFS. Hal ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari responden.

### 3.8. Uji Instrumen

#### 3.8.1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total yang menggunakan korelasi *product moment*. Valid tidaknya suatu item, diketahui dengan membandingkan indeks koefisien korelasi *product moment* ( $r$ ) dengan nilai hitung kritisnya, dimana  $r$  dapat diperoleh dengan rumus (Sugiyono, 2005;212) sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2] [N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$N$  = Banyaknya variabel

$X$  = Skor item x

$Y$  = Skor item y

Jika  $r$  hitung > dari  $r$  table (uji 2 sisi dengan tingkat signifikansi 5%) maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

#### 3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006;45) dalam (Sari, 2012;59). Uji reliabilitas menunjukan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dipercaya untuk baik digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Cara

menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Adapun rumus perhitungan tersebut adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (r - 1)k}$$

Keterangan:

$\alpha$  = koefisien reliabilitas

k = jumlah item per variabel X

r = *mean* korelasi antar item

Untuk mengukur variabel jawaban responden dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* apabila  $> 0.60$  menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama).

### **3.9. Uji Asumsi Klasik**

#### **3.9.1. Uji Multikolinieritas**

Pengujian terhadap multikolinieritas berguna untuk mengetahui apakah antara variabel bebas itu tidak saling berkorelasi. Disebut multikolinieritas adalah adanya hubungan linear di antara variabel-variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghozali, 2001;56) dalam (Sari, 2012;60).

Multikolinearitas dapat dilihat juga dari a). nilai *tolerance*, dan b). nilai *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Pengertian sederhananya, setiap variabel independen menjadi variabel terikat dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. Nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi.. Apabila nilai *tolerance value*  $< 0,10$  dan  $VIF > 10$ , maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai *tolerance value*  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

### **3.9.2. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Autokorelasi dapat dideteksi dengan melihat nilai koefisien Durbin-Watson Test (DW Test), dengan pengambilan keputusan terdapat atau tidaknya autokorelasi sebagai berikut:

1. Jika nilai DW terletak di antara batas atas ( $du$ ) dan ( $4-du$ ), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, ini berarti tidak terdapat autokorelasi.
2. Jika nilai DW lebih rendah daripada batas bawah ( $dl$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, ini berarti terdapat autokorelasi positif.

3. Jika nilai DW lebih besar daripada  $(4-dl)$ , maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, ini berarti terdapat autokorelasi negatif.
4. Jika nilai DW terletak di antara batas atas  $(du)$  dan batas bawah  $(dl)$  atau DW terletak antara  $(4-du)$  dan  $(4-dl)$ , maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

### **3.9.3. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada/ tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dan residualnya. Deteksi terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada/tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Bila tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah titik 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya (Ghozali, 2005;105).

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah adalah angka nol pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas

### 3.9.4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal/ mendekati normal. Cara untuk mengetahui normalitas adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan *ploting* data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2005;110).

### 3.10. Teknis Analisis Data

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui (Gozhali, 2001;43).

Dalam rangka menganalisis pengaruh variabel independen dengan variabel tergantung agar sesuai dengan tujuan penelitian, maka digunakan pendekatan regresi linear berganda. Analisis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta atau intersep, yaitu Y pada saat  $X_1 = X_2 = X_3 = 0$

$b_1$  = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh  $X_1$  terhadap Y jika  $X_1$  berubah (naik atau turun) satu unit dan  $X_2, X_3$  konstan

$b_2$  = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$  jika  $X_2$  berubah (naik atau turun) satu unit dan  $X_1, X_3$  konstan

$b_3$  = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh  $X_3$  terhadap  $Y$  jika  $X_3$  berubah (naik atau turun) satu unit dan  $X_1, X_2$  konstan

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Persepsi Harga

$X_3$  = *Word of Mouth*

$e$  = error atau koefisien pengganggu

### 3.11. Uji Hipotesis

#### 3.11.1. Uji t (Parsial)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005:77).

1.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian.
2.  $H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ , artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian.
3. Rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i}{se(\beta_i)}$$

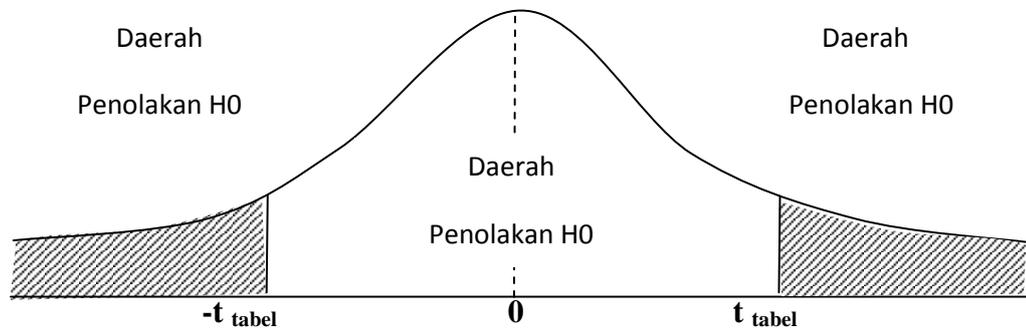
Keterangan :

$\beta_1$  = Koefisien Regresi

Se = standar error

Tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%:2 = 2,5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$  (Priyatno, 2012:91).

4. Kriteria pengujian sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Distribusi Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji t**

Kriteria Pengujian:

4. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} = H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya variabel kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* ada pengaruh terhadap keputusan pembelian.
5. Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}} = H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya variabel kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian.

### 3.11.2. Uji F (Simultan)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari seluruh variabel independen (kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth*) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependent (keputusan pembelian). Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F kritis ( $F_{\text{tabel}}$ ) dengan ( $F_{\text{hitung}}$ ) yang terdapat pada tabel *analysis of variance*.

Untuk menentukan nilai  $F_{\text{tabel}}$ , tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $df = n-k-1$ . Menentukan  $F_{\text{hitung}}$ , dapat dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

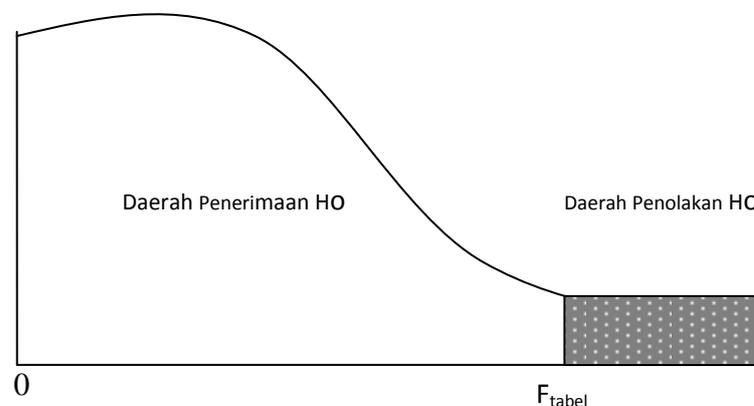
$R^2$  = Koefisien determinasi

N = Jumlah data

K = Jumlah variabel independen

Kriteria uji yang digunakan adalah:

1. Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara simultan dapat dibuktikan semua variabel independent (kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth*) berpengaruh terhadap variabel dependent (keputusan pembelian).
2. Jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya variabel kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Kriteria pengujian sebagai berikut:



**Gambar 3.2**  
**Kurva Distribusi Penolakan (Penerimaan Hipotesis Secara Simultan)**