

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.2 Pendekatan Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Margono dalam Darmawan (2014;37) “Mengungkapkan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada angka-angka dan teknik analisis menggunakan statistik, dengan bantuan program SPSS” .

3.2 Lokasi Penelitian

Dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan untuk membahas permasalahan maka, objek penelitian yang dipilih guna melengkapi penyelesaian dalam penelitian ini adalah Bintang Sport Club, yang berada di Jl. Segoro Madu No.7 Veteran Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Wiratna (2015;80) “Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya” . Sesuai dengan kalimat diatas, populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah konsumen yang memutuskan melakukan sewa lapangan futsal Bintang Sport Club di Gresik. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 279 member yang terdaftar di Bintang Sport Club Gresik.

3.3.2. Sampel

Menurut Wiratna (2015;81) “Menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian” . Bila populasi dalam penelitian berjumlah besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misalnya dikarenakan terbatas dana, tenaga, dan waktu. Peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Menurut Arikunto (2013,108) “Sampel adalah sebagian wakil dari populasi yang akan diteliti. Apabila subjeknya kurang dari 100 akan lebih baik jika sampel diambil semua, sebaliknya apabila jumlah subjeknya lebih dari 100 subjek, maka dapat diambil sebagian antara 10 – 15% atau 20 – 25%” .

Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 25% dari total member Bintang Sport Club yang berjumlah 279 member. Jadi jumlah total sampel dalam penelitian ini berjumlah 70 member.

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Menurut Wiratna (2015;89) “Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti dari responden melalui kuisisioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber” . Data yang diperoleh dari data primer harus diolah kembali oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui daftar pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada konsumen member di Bintang Sport Club.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari Bintang Sport Club sebagai tempat penyedia sarana olahraga dan dari konsumen yang telah menggunakan produk serta berpartisipasi dalam mengisi kuesioner yang telah dilakukan oleh peneliti berisi tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, *event*, dan harga terhadap keputusan pembelian (studi pada Bintang Sport Club Di Gresik).

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dengan metode angket (kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab (Wiratna, 2015;94).

Studi dokumentasi, yaitu mengumpulkan dokumen yang ada dan berkaitan dengan penelitian ini, seperti profil perusahaan, struktur organisasi, jumlah karyawan, daftar *membership* Bintang Sport Club dan lain-lain. Menurut Wiratna (2015;95) “Analisis dokumen lebih mengarah pada bukti yang konkret. Sebagai peneliti kita diajak untuk menganalisis isi dari dokumen – dokumen yang mendukung penelitian” .

3.6 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Sesuai dengan hipotesis, maka variabel yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas atau Variabel Independent, Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), *Event* (X_3), Harga (X_4).
2. Variabel Terikat atau Variabel Dependent, yaitu Keputusan Pembelian Konsumen di Bintang Sport Club (Y)

3.6.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang bagaimana suatu variabel dapat diukur menggunakan indikator – indikator yang dimiliki oleh setiap variabel. Berikut ini penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini beserta dengan indikator yang dapat digunakan sebagai pengukur, yaitu:

1. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk memuaskan sebuah kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009;143), “Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat” . Adapun indikator kualitas produk sebagai berikut (Kustama, 2017;40) :

- a. Keistimewaan produk.
- b. Desain produk.
- c. Bentuk (*form*) produk.

2. Kualitas Pelayanan (X_2)

Menurut Tjiptono (2014;268) dalam innayati (2017;27) “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan

tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen” . Adapun indikator kualitas pelayanan sebagai berikut (Alvianti, 2017;30):

- a. Bukti fisik.
- b. Keandalan.
- c. Ketanggapan.
- d. Jaminan dan kepastian.

3. *Event* (X_3)

Menurut Krisyantono dalam Apriliani (2014;14) “*Event* adalah suatu kejadian penting atau peristiwa khusus, baik yang terjadi secara *internal*, *local*, maupun nasional dan bahkan berkaitan dengan suatu peristiwa secara Internasional” .

Adapun indikator sebagai berikut (Nugroho dkk, 2016;4):

- a. Kesesuaian *event*.
- b. Pelaksanaan *event*.
- c. Manfaat *event*.
- d. Antusias konsumen.

4. Harga (X_4)

Menurut Kotler dan Keller (2009;67) “Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan” . Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan dengan produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Adapun indikator harga yang dapat diukur sebagai berikut (Kurniasari, 2013;44):

- a. Keterjangkauan harga.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

- c. Daya saing harga.
 - d. Kesesuaian harga dengan manfaat.
5. Keputusan Pembelian (Y)
- “Proses pengambilan keputusan pembelian produk dapat dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan pembelian, dan diperoleh perilaku pasca pembelian yaitu dengan puas atau tidaknya konsumen setelah mengkonsumsi produk” (Kotler dan Keller, 2009;185). Namun tidak semua konsumen melewati semua proses tersebut, tergantung dengan kebutuhan konsumen. Adapun indikator yang dapat digunakan untuk pengukuran keputusan pembelian sebagai berikut (Tambunan dan Widiyanto, 2012;4):
- a. Kamantapan konsumen.
 - b. Keyakinan konsumen.
 - c. Pembelian ulang.
 - d. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.

3.7 Teknik Pengukuran Data

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat bantu angket (kuisisioner) yang dimana responden diminta untuk memberikan jawaban pada salah satu jawaban yang ada dikuisisioner. Pengukuran kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert yang dibuat dalam bentuk tabel.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden, serta persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dengan interval 1 - 5

alternatif jawaban. Menurut Ghazali (2013;47) adapun alternatif yang ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kategori dan Nilai Jawaban Responden

Jawaban	Kategori	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RG-RG	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Gozali (2013;52) “Mengungkapkan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur serta mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Data yang valid dapat ditunjukkan dengan adanya kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian” .

“Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid” (Ghozali, 2013;53). r_{tabel} didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$df = n - 2$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

2 = *two tail test*

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur tersebut dapat dipercaya. Menurut Ghozali (2013;47) “Mengungkapkan bahwa reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu” .

“Uji reabilitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 ” (Ghozali, 2011;16).

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2013;103) “Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen” .

“Uji multikolonieritas dalam penelitian ini dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan, Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari

10 dan nilai *Tolerance* (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas” (Ghozali, 2013;104).

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013;134) “Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji serta mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dapat disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas” . Deteksi adanya heteroskedastisitas diuji melalui chart scatterplot dengan dasar analisis, jika titik-titik yang terdapat dalam charts tersebut membentuk pola titik-titik yang teratur seperti gelombang, melebar kemudian menyempit berarti terjadi heteroskedastisitas. “Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas” (Ghozali, 2013;134).

3.9.3 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013;154) “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal” . Uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis grafik dideteksi dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik atau histogram dari residualnya.

Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2013;156) yaitu “Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau

grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas” .

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah regresi linier berganda. “Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen” (Ghozali, 2013;94). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen (kualitas produk, kualitas pelayanan, *event*, dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Rumus matematis dari regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta

b₁ = Koefisien variabel Kualitas Produk

b₂ = Koefisien variabel Kualitas Pelayanan

b₃ = Koefisien variabel *Event*

b₄ = Koefisien variabel Harga

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Kualitas Pelayanan

$X_3 = \text{Event}$

$X_4 = \text{Harga}$

e = Standar error / Variabel Pengganggu

3.10.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013;95) “Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menggambarkan variasi variabel dependen”. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

3.10.3 Uji Hipotesis

3.10.3.1 Uji t

Uji ini dilakukan untuk menguji nilai signifikan hubungan antar variabel bebas (*independen*) secara individual terhadap variabel terikat (*dependen*). Variabel bebas X dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, *event* dan harga, sedangkan pada variabel terikat Y dalam penelitian ini digunakan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Bintang Sport Club. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan antara lain sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = 0$ yang artinya variabel Kualitas Produk (X_1) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : b_1 \neq 0$ yang artinya variabel Kualitas Produk (X_1) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : b_2 = 0$ yang artinya variabel Kualitas Pelayanan (X_2) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : b_2 \neq 0$ yang artinya variabel Kualitas Pelayanan (X_2) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : b_3 = 0$ yang artinya variabel *Event* (X_3) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : b_3 \neq 0$ yang artinya variabel *Event* (X_3) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : b_4 = 0$ yang artinya variabel Harga (X_4) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

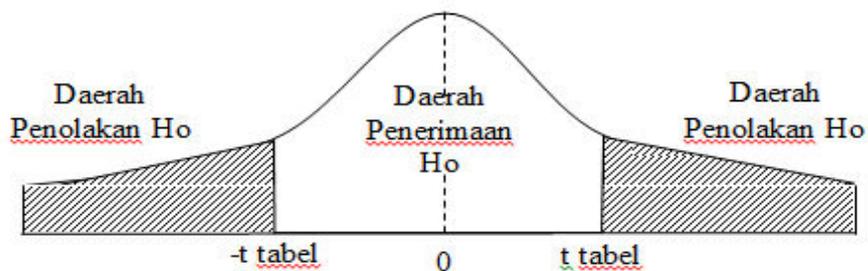
$H_a : b_4 \neq 0$ yang artinya variabel Harga (X_4) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b. Menentukan t_{tabel}

Penelitian ini menggunakan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) $n-k$, dimana n = jumlah pengamatan dan k = jumlah variabel untuk menentukan nilai t_{tabel}

c. Menentukan kriteria pengambilan keputusan

- 1) Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial ada pengaruh nyata antara Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), *Event* (X_3), Harga (X_4), terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- 2) Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial tidak ada pengaruh nyata antara Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), *Event* (X_3), Harga (X_4), terhadap Keputusan Pembelian (Y).



Gambar 3.1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t