

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Didirikan di Herzogenaurach, Jerman di tahun 1920 oleh dua bersaudara Adolf (Adi) Dassler dan Rudolph Dassler, pada awalnya perusahaan ini hanya memproduksi selop. Pada suatu hari di tahun 1925, Adi berhasil merancang sepasang sepatu olahraga, dan sejak itu usaha perbaikan dan pengembangan dalam bidang sepatu pun terus dilakukan. Setelah berbagai inovasi yang mereka lakukan, pada tahun 1927-an, Adidas sudah berhasil merancang sepatu khusus untuk berbagai keperluan olahraga, dan pada 1928 mereka memberikan sepatu mereka secara gratis kepada atlet-atlet yang berpartisipasi pada Olimpiade Amsterdam. Didukung oleh kemajuan bidang penyiaran dan pertelevisian, Adidas menikmati keuntungan dari event olahraga seperti Olimpiade atau sepakbola, karena logo 3 strip mereka mudah dikenali dari jauh. Walaupun berbagai kemajuan yang diraih, pada 1948 konflik antara Dassler bersaudara berakibat pada pecahnya perusahaan mereka. Adi Dassler menjalankan sendiri perusahaan, mengambil nama kecilnya “Adi” dan mengkombinasikannya dengan potongan nama belakangnya sehingga menjadi “Adidas”, ia pun mendaftarkan logo

3 strip sebagai trademark dari Adidas. Sedangkan saudaranya Rudolph berpindah ke bagian lain dari kota itu dan mendirikan perusahaan olahraga miliknya sendiri, Puma. Pada tahun 1971 Muhammad Ali dan Joe Frazier yang menjadi ikon olahraga tinju pada saat itu, sudah menggunakan produk Adidas. Pada Olimpiade Munich 1972 1.164 dari 1.490 atlet internasional menggunakan Adidas. Sehingga pada tahun 70-an Adidas mencapai masa jayanya. Setelah krisis pada awal 80-an, terutama karena berjayanya Nike di pasar internasional, Adidas berhasil mengembalikan pamornya pada tahun 1986 ketika Run D.M.C, sebuah grup rap dari New York, membuat lagu yang berjudul "My Adidas", dan sekaligus mempopulerkan sepatu Adidas yang mereka pakai tanpa menggunakan tali. Hal tersebut menjadi gaya tersendiri yang banyak ditiru oleh fans-fans mereka. Pada dekade 90-an terutama di AS dan Eropa berkembang pikiran bahwa generasi muda cenderung menghindari apapun yang orang tua mereka pakai, termasuk dalam urusan sepatu. Mereka menghindari pemakaian Nike dan Reebok, yang dulu dipakai oleh orang tua mereka sehingga barang-barang produksi Adidas seperti sepatu dan jaket yang sudah berumur 20 tahun pun tiba-tiba menjadi barang koleksi yang mahal harganya dan dicari-cari oleh banyak orang. Hal ini pun dimanfaatkan oleh Adidas untuk memproduksi dan mengeluarkan kembali (*re-issue*) beberapa model sepatu populernya (seperti Adidas Rom, Rekord, Athen, Dublin). Hal ini mengangkat status Adidas itu sendiri, dari sekedar produk olahraga

menjadi semacam lambang gaya hidup yang baru. (<http://loyaltoadidas.blogspot.com/2009/01/sejarah-adidas.html>)

3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian akan dilakukan di beberapa tempat di wilayah Jakarta Timur yaitu Bengkel Futsal Jatiwaringin, Futsal City Raden Inten, Futsal Silma Klender, Kafila Futsal Krama Jati, Palad Futsal Pulo Gadung. Dipilihnya tempat-tempat tersebut merupakan tempat dimana calon responden banyak melakukan aktifitas kegiatan futsal dan memudahkan bagi peneliti melakukan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada responden yang berada pada kelima tempat tersebut yang telah menyelesaikan aktifitas kegiatan futsal. Peneliti meminta responden untuk mengisi data yang diperlukan untuk penelitian dalam bentuk kuesioner penelitian.

3.1.3 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah produk sepatu olahraga Adidas segala tipe varian.

3.1.4 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan Juni 2012.

3.1.5 Batasan Penelitian

Batas-batas pada penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini akan dilakukan di Bengkel Futsal Jatiwaringin, Futsal City Raden Inten, Futsal Silma Klender, Kafila Futsal Krama Jati, Palad Futsal Pulo Gadung. Kelima tempat penelitian ini berada pada wilayah Jakarta Timur.
2. Produk yang diteliti pada penelitian ini adalah produk sepatu olahraga Adidas segala tipe varian.
3. Responden penelitian adalah pengguna sepatu olahraga Adidas.
4. Responden yang dipilih adalah pengguna sepatu olahraga Adidas yang berada di Bengkel Futsal Jatiwaringin, Futsal City Raden Inten, Futsal Silma Klender, Kafila Futsal Krama Jati, Palad Futsal Pulo Gadung. Kelima tempat penelitian ini berada pada wilayah Jakarta Timur.

3.2 Metode Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti akan menggunakan metode dengan teknik survei. *“Survei techniques are based upon the use of structured questionnaires given to a sample of a population”*, Malhotra (2007:265). Teknik survei berdasarkan atas penggunaan kuesioner terstruktur yang diberikan pada sampel dari suatu populasi.

Desain penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah, *conclusive research design* yang terdiri dari *descriptive research*, dan

explanatory research. *Conclusive research design* merupakan sebuah desain penelitian ditandai dengan pengukuran fenomena pemasaran yang jelas (Maholtra, 2007:69).

Menurut Sekaran (2003: 121), “A *descriptive study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristics of the variables of interest in a situation*”. *Descriptive research* bertujuan untuk mendapatkan penjelasan atas variabel-variabel yang akan diteliti oleh peneliti baik itu variabel bebas yaitu kualitas produk dan desain produk maupun variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Sedangkan *explanatory research* atau penelitian eksplanatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel. Melalui penelitian eksplanatori ini dapat diketahui bagaimana korelasi antara dua atau lebih variabel baik pola, arah, sifat, bentuk, maupun kekuatan hubungannya (http://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_eksplanatori, diakses pada tanggal 27 Maret 2012).

3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Terdapat tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini dimana di terkandung di dalamnya adalah dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1) dan desain produk (X2) sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

No.	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item	Skala
1.	Kualitas Produk (X1)	Karakteristik dari produk atau jasa yang menyangkut kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan konsumen. (Yogi, 2011)	<i>Level of quality</i>	- Kenyamanan - Ketahanan - Kualitas Bahan	1 2 3	Likert
			<i>Level of consistency</i>	- Bebas dari cacat - Konsistensi mutu	4 5	
2.	Desain Produk (X2)	keseluruhan karakteristik fisik dari sebuah produk. (Pride & Ferrel, 2010)	Fungsi	- Mudah digunakan - <i>Easy to repair</i>	6 7	Likert
			Estetika	- <i>Bentuk</i> - <i>Keunikan</i>	8 9	
			Daya tarik	- Warna - <i>Stripping</i>	10 11	
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Sebuah proses yang umumnya terdiri dari tahap-tahap yang dilewati konsumen dalam membeli barang atau jasa. (Yogi, 2011).	<i>Need Recognition</i>	- <i>Internal stimuli</i> - <i>Eksternal stimuli</i>	12 13,14	Likert
			<i>Information Search</i>	- Sumber internal - Sumber eksternal	15 16,17	
			<i>Evaluation of Alternatives</i>	- Manfaat - Harga	18 19	
			<i>Purchase Decision</i>	- Kemudahan pembelian produk - Faktor emosional	20 21	
			<i>Post Purchase Evaluation</i>	- Kepuasan - Saran atau rekomendasi	22 23	

Sumber : Data diolah Peneliti

Skala pengukuran yang digunakan peneliti dalam kuesioner penelitian adalah dengan menggunakan skala likert. Menurut Malhotra dan Birsk (2007:348) menjelaskan dalam bukunya,

“A measurement scale with five response categories ranging from ‘strongly disagree’ to ‘strongly agree’ that requires respondents to

indicate a degree of agreement or disagreement with each of a series of statements related to the stimulus objects.”

Skala likert biasa digunakan untuk mengukur tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap sebuah pernyataan.

Tabel 3.2

Bobot Nilai Pernyataan Kuisisioner

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
Sangat tidak setuju (STS)	1
Tidak setuju (TS)	2
Cukup Setuju (CS)	3
Setuju (S)	4
Sangat setuju (SS)	5

Sumber: Data diolah peneliti

3.4 Metode Pengumpulan Data

Terdapat dua sumber yang digunakan peneliti dalam menyusun penelitian ini, yaitu data primer dan sekunder. Malhotra dan Birsk (2007:45) mengungkapkan dalam bukunya data primer adalah,

“Primary data, on the other hand, are originated by the researcher for the specific purpose of addressing the research problem.”

Dan data sekunder menurut Malhotra dan Birsk (2007:45) adalah,

“Secondary data are data collected for some purpose other than the problem at hand.”

Data Primer yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioner yang disebarakan kepada konsumen sepatu olahraga futsal Adidas yang berada pada beberapa lokasi penelitian di wilayah Jakarta. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber sekunder seperti buku-buku ilmiah, skripsi, jurnal, dan internet dalam menunjang penyusunan penelitian ini.

3.5 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Malhotra dan Birks (2007:405) populasi adalah agregat dari suatu elemen yang memiliki karakteristik yang sama yang meliputi keseluruhan alam semesta dengan tujuan untuk masalah penelitian pemasaran. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan konsumen sepatu olahraga futsal Adidas yang berada dan sedang bermain futsal di wilayah Jakarta Timur sebagai populasi penelitian. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti atau *infinite* karena tidak tersedianya data pengunjung tempat futsal dan juga tidak pastinya jumlah pengunjung yang datang pada setiap jamnya dalam menyewa satu lapangan futsal.

3.5.2 Sampel

Sampel merupakan subkelompok dari elemen populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam sebuah penelitian Malhotra dan Birks (2007:405). Sejalan dengan apa yang dikatakan Malhotra dan Birks, Sekaran (2003:266) mengatakan bahwa “sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel meliputi beberapa anggota terpilih dari suatu

populasi. Dengan kata lain, namun tidak semua, elemen dari suatu populasi dapat membentuk sampel.” Dari dua pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sampel merupakan bagian atau perwakilan dari sebuah populasi dalam suatu penelitian.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada rumus Roscoe. Roscoe (Sugiyono, 2010: 129) mengemukakan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini:

1. Ukuran yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Mengacu pada teori di atas maka peneliti menetapkan sampel penelitian sejumlah 100 orang. Hal tersebut didasari bahwa peneliti akan melakukan analisis regresi berganda dimana dikatakan bahwa

jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah sebanyak tiga variabel maka jumlah minimal sampel yang diteliti adalah 30 orang. Dengan begitu, jumlah sebanyak 100 orang sebagai sampel penelitian telah memenuhi syarat yang telah ditentukan.

Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti akan menyebarkan kuesioner langsung kepada calon responden yaitu konsumen sepatu olahraga futsal Adidas di beberapa tempat di wilayah Jakarta Timur, yaitu Bengkel Futsal Jatiwaringin, Futsal City Raden Inten, Futsal Silma Klender, Kafila Futsal Krama Jati, Palad Futsal Pulo Gadung. Teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010: 84). Dari kelima tempat penelitian tersebut peneliti akan membagi sebanyak dua puluh sampel penelitian dari masing-masing tempat penelitian dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hal tersebut dilakukan karena peneliti terlibat langsung dalam penelitian dan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang memakai sepatu olahraga futsal Adidas.

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Uji Instrumen

3.6.1.1 Uji Validitas

Kuesioner yang disebarkan kepada responden haruslah memiliki nilai validitas. Nilai validitas menunjukkan bahwa suatu kuesioner tersebut *valid* dan kuesioner dapat disebarkan untuk penelitian.

Suatu instrumen dikatakan *valid* apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan *valid* apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Suatu item pertanyaan dikatakan *valid* jika signifikansi $> 0,05$. Hasil uji validitas angket dengan menggunakan program *SPSS 18,00 for windows* atau dapat pula digunakan rumus teknik korelasi *product moment*:

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

Dimana:

r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = Banyaknya sampel

X = Skor tiap item

Y = Skor total variabel

3.6.1.2 Uji Realibilitas

Hasil uji reliabilitas angket dengan menggunakan program *SPSS 18,00 for windows*, adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika *cronbach alpha* $> 0,600$ maka variabel dikatakan reliabel atau handal
- 2) Jika *cronbach alpha* $< 0,600$ maka variabel dikatakan tidak reliable atau tidak handal

3.6.2 Uji Asumsi Dasar

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka metode yang digunakan adalah *statistic nonparametric*. Dalam penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan

berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

Menurut Malhotra (2009:237) model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai residualnya terdistribusi normal. Dalam penelitian ini untuk menguji nilai residualnya digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan mengkorelasikan nilai residual (*Unstandardized residual*) dengan masing-masing variabel yang menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

3.6.2.2 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen dan tidak orthogonal atau nilai korelasi antarsesama variabel independen sama dengan nol. Dapat juga dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Untuk mendeteksi atau mengetahui adanya gejala multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

- a. Jika $Vif > 5$ maka variabel terikat ada multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.
- b. Jika $Vif < 5$ maka variabel terikat tidak ada multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.

3.6.3.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Terdapat beberapa metode pengujian heterokedastisitas, dalam penelitian ini menggunakan uji Park, yaitu meregresikan nilai residual

($Lnei^2$) dengan masing-masing variabel dependen. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka tidak terdapat heterokedastisitas.
- b. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$, maka terdapat heterokedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (dalam Novandri SN, 2010). Formula untuk regresi berganda sebagai berikut :

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

Dimana :

Y : Keputusan pembelian (variabel dependen)

X1 : Variabel kualitas produk (variabel independen)

X2 : Variabel desain (variabel independen)

a : Konstanta.

b1 : Koefisien regresi variabel kualitas produk

b2 : Koefisien regresi variabel desain

e : *error*

3.6.5 Uji Hipotesis

3.6.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (dalam Zamroni, 2010).

Hipotesis akan diuji dengan taraf nyata $\alpha = 5$ persen

1. $H_0 : b = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen)
2. $H_1 : b > 0$ (ada pengaruh positif antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen)

Dasar pengambilan keputusan dapat dengan dua cara:

1. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel.
 - a. Apabila t hitung $>$ t tabel, maka ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. (H_0 ditolak dan H_1 diterima)
 - b. Apabila t hitung $<$ t tabel, maka tidak ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. (H_0 diterima dan H_1 ditolak)
2. Dengan menggunakan angka signifikansi
 - a. Apabila angka signifikansi $<$ 0,05 maka H_1 diterima.
 - b. Apabila angka signifikansi $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.6.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Kriteria untuk menguji hipotesis adalah (dalam Zamroni, 2010):

1. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test di atas, yaitu:

Perumusan Hipotesis

- a. $H_0 : b = 0$: tidak ada pengaruh antara variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen.
 - b. $H_1 : b > 0$: ada pengaruh positif antara variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen.
2. Menentukan F tabel dan F hitung.

Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 % atau taraf signifikansi sebesar 5 %, maka:

- a. apabila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- b. apabila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka H_0 di terima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama

tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

3.6.5.3 Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.