

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 1.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 1.1.1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat.

##### 1.1.2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan penulis mulai dari November 2022 sampai dengan dengan bulan Maret 2023, penelitian ini meliputi peninjauan langsung pada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat.

**Tabel 3.1 Jadwal Penelitian**

| No | Tabel Kegiatan        | Jadwal Kegiatan |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |
|----|-----------------------|-----------------|---|---|---|---------------|---|---|---|--------------|---|---|---|---------------|---|---|---|------------|---|---|---|
|    |                       | November 2022   |   |   |   | Desember 2022 |   |   |   | Januari 2023 |   |   |   | Februari 2023 |   |   |   | Maret 2023 |   |   |   |
|    |                       | 1               | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1            | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 |
| 1  | Permohonan Judul      | ■               | ■ | ■ | ■ |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |
| 2  | Pengajuan Surat Riset |                 |   |   | ■ |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |
| 3  | Penyusunan Proposal   |                 |   |   |   | ■             | ■ | ■ | ■ | ■            | ■ | ■ | ■ |               |   |   |   |            |   |   |   |
| 4  | Bimbingan Proposal    |                 |   |   |   |               |   |   |   |              |   | ■ | ■ | ■             | ■ | ■ | ■ |            |   |   |   |
| 5  | Seminar Proposal      |                 |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   | ■ | ■ |            |   |   |   |
| 6  | Riset Penelitian      |                 |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   | ■          | ■ | ■ | ■ |

## 1.2. Populasi dan Sampel

### 1.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. (Ferdinand, 2015:171). Populasi dalam penelitian ini yaitu pada konsumen Sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat sebanyak 300 orang.

### 1.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2015:81). Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah menggunakan rumus slovin dengan pencarian sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

$$n = \frac{300}{(1+300(0,1)^2)}$$

$$n = 75$$

Sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 75

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Margin error (10% atau 0,1)

### 1.3. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti yang terdiri dari :

1. Variabel independen (variabel bebas) adalah :
  - a) Desain Produk ( $X_1$ )
  - b) Persepsi Harga ( $X_2$ )
  - c) Kualitas Produk ( $X_3$ )
2. Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas sehingga variabel dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah Citra Merek untuk menarik minat beli (Y).

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

| Variabel                 | Definisi  | Indikator  | Pengukuran   |
|--------------------------|---|--|--------------|
| Desain Produk ( $X_1$ )  | Desain produk adalah konsep yang lebih besar dari gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk (Saragih, MM., 2018) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Warna Produk</li> <li>2) Striping produk;</li> <li>3) Bentuk Produk (Saragih, MM., 2018)</li> </ol>  | Skala Likert |
| Persepsi Harga ( $X_2$ ) | Persepsi harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk (Rendy et al., 2021).                               | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Keterjangkauan harga produk terhadap daya beli konsumen</li> <li>2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3) Kesesuaian harga dengan fungsional produk</li> <li>4) Persaingan dan perbandingan</li> </ol> | Skala Likert |

|                           |   |   |              |
|---------------------------|---|---|--------------|
|                           |   | harga produk dengan produk lain (Rendy et al., 2021)  |              |
| Kualitas Produk ( $X_3$ ) | Kualitas produk adalah karakteristik produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten (Hayati, 2019)  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas layanan</li> <li>2) Referensi tingkat harga</li> <li>3) Harga yang ditetapkan dapat diterima</li> <li>4) Harga yang ditetapkan adalah sebuah etika (Hayati, 2019)</li> </ol> | Skala Likert |
| Citra Merek (Y)           | Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang di cerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen yang selalu di ingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam di benak konsumennya (Baljić et al., 2017). | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Recognition (pengakuan)</li> <li>2) Reputation (reputasi)</li> <li>3) Affinity (afinitas) (Baljić et al., 2017)</li> </ol>  | Skala Likert |

**Sumber : Data diolah (2021)**

#### 1.4. Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer, data Primer adalah data yang langsung diperoleh dari obyek penelitian, dimana jenis data dan informasi yang dikumpulkan langsung dari

pada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat yang berkaitan dengan Desain Produk ( $X_1$ ), Persepsi Harga ( $X_2$ ), Kualitas Produk ( $X_3$ ) terhadap Citra Merek (Y) untuk menarik Minat Beli Konsumen.

2. Data Sekunder, data Sekunder adalah data tambahan lainnya yang diberikan pada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat seperti informasi mengenai gambaran umum perusahaan serta bacaan-bacaan pustaka yang menunjang

### 1.5. Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan metode pengumpulan data dalam penelitian ini dimaksudkan agar didapatkan data atau informasi yang objektif, akurat, dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Menurut (Indriastuti Kusuma Mardiyani, Dra. Kismartini, M.Si, Titik Djumiarti, S.Sos, n.d.) Ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian antara lain :

- a. Riset kepustakaan (*Library Research*), riset kepustakaan adalah pengumpulan data dengan membaca literatur-literatur yang ada kaitannya dengan masalah yang dibahas.
  1. Riset Lapangan, (*Field Research*) melalui pembagian kuesioner (angket), yaitu teknik pengumpulan data dengan mempergunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya kemudian dibagikan kepada setiap responden untuk diisi atau dijawab.
  2. Wawancara, hal ini dimaksudkan melalui percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari

responden.wawancara tersebut akan dilaksanakan dengan eksklusif dan karyawan yang terkait dengan bidang personalia.

3. Dokumentasi, yaitu usaha untuk memperoleh sejumlah data melalui pencatatan dari sejumlah dokumen (arsip) atau bukti-bukti lain yang terdapat pada lokasi penelitian pada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat.
4. Pengamatan, yaitu suatu usaha untuk melakukan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap obyek penelitian yang dalam hal ini Desain Produk, Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Citra Merek untuk menarik Minat Beli Konsumen.

#### **1.6. Skala Pengukuran Variabel**

Menurut Sugiono (2018) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini yang menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner, penulis menggunakan Skala Likert. Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuesioner pengaruh kompetensi terhadap keputusan pembelian diukur dengan Skala Likert.

**Tabel 3.3**  
**Pedoman Pemberian Skor**

| <b>No.</b> | <b>Pernyataan</b>   | <b>Skor</b> |
|------------|---------------------|-------------|
| 1.         | Sangat Setuju       | 1           |
| 2.         | Setuju              | 2           |
| 3.         | Kurang Setuju       | 3           |
| 4.         | Tidak Setuju        | 4           |
| 5.         | Sangat Tidak Setuju | 5           |

## 1.7. Uji Instrumen Penelitian

### 1.7.1. Uji Validitas

Menurut Sugiono (2016) validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak dengan alat ukur yang digunakan (kuesioner) dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software SPSS 23.0 for windows*.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner dinyatakan valid apabila pernyataan dalam kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur untuk kuisisioner tersebut. Metode yang akan digunakan adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel.

Adapun teknik yang digunakan untuk uji validitas yaitu dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* digunakan dalam menganalisis item, dimana setiap nilai yang ada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan.

Dengan tingkat signifikansi sebesar 95% atau  $\alpha = 5\%$ , maka kriteria pengujiannya

- 1) Jika  $r_{hitung}$  positif dan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut validasi

- 2) Jika  $r_{hitung}$  negatif atau  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

Nilai  $r_{tabel}$  didapat pada tabel statistik pada signifikansi 0,05.

Adapun penentuan  $r_{tabel}$  sebagai berikut:

$$\begin{aligned} r_{tabel} &= n-2 \\ &= 75 - 2 \\ &= 73 \\ &= 0,227 \end{aligned}$$

### 1.7.2. Uji Realibilitas

Adapun teknik yang digunakan untuk uji validitas yaitu dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* digunakan dalam menganalisis item, dimana setiap nilai yang ada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan.

Dengan tingkat signifikansi sebesar 95% atau  $\alpha = 5\%$ , maka kriteria pengujiannya

- 1) Jika  $r_{hitung}$  positif dan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut validasi
- 2) Jika  $r_{hitung}$  negatif atau  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

Reliabilitas merupakan tingkah keandalan suatu instrument penelitian. Instrument yang reliabel yang apabila digunakan berulang kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiono, 2016 : 110)



Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistik *cronbach alpha* > 0,60 s/d 0,80 dan dianggap sangat baik atau sangat reliable jika nilai *cronbach alpha* > 0,80 s/d 1.00. (Santoso, 2016: 110)

## **1.8. Metode Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu :

### **1.8.1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah suatu analisis yang dilakukan untuk memberikan gambaran secara umum terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang diteliti.

Meskipun penelitian ini dimaksudkan untuk menguji Analisis pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Citra Merek untuk menarik Minat Beli Konsumen pada sepatu Adidas Original, namun untuk melengkapi pembahasan maka dilakukan pula analisis deskriptif dengan membuat distribusi frekuensi yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang Analisis pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Mempengaruhi secara parsial terhadap Minat Beli apakah tergolong rendah, sedang, ataukah tinggi.

### **1.8.2. Analisis Regresi Linear Berganda**

Peneliti menganalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Metode ini berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan model persamaan :

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

Keterangan :

|                   |  |
|-------------------|--|
| Y                 | = Citra Merek untuk menarik minat beli |
| A                 | = Konstanta                            |
| $b_1-b_2-b_3-b_4$ | = Koefisien Regresi $X_1$              |
| $X_1$             | = Desain Produk                        |
| $X_2$             | = Persepsi Harga                       |
| $X_3$             | = Kualitas Produk                      |
| e                 | = Standart Error                       |

### 1.8.3. Uji Hipotesis

Setelah persamaan regresi didapat, maka tahap berikutnya adalah melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian untuk mengetahui apakah variabel independen dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan uji statistik yaitu :

#### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujiannya sebagai berikut :

Jika probabilitas (signifikansi) lebih besar dari 0,05 ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian :

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $t_{hitung}$  kurang dari  $t_{tabel}$ . Artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara serempak terhadap variabel dependen (Y).

Kriteria pengujian :

Jika tingkat signifikansi  $F > 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

Jika tingkat signifikansi  $F < 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.

Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus :

$$D = R_2 \times 100\%$$

Dimana :

D : Koefisien Determinasi

r : Koefisien Korelasi

Dari rumus dapat diambil kesimpulan bahwa :

Jika r semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa keterkaitan hubungan variabel bebas terhadap variasi variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan hubungan variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.