BAB III

MODEL PENELITIAN

A. Obyek/Subyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) pengertian Obyek penelitian adalah suatu atribut atau penilaian orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi terntentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan. Subyek atau responden adalah pihak yang digunakan sebagai sampel penelitian ini. Obyek dalam penelitian ini adalah Sepatu Converse yang berada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan subyek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memiliki sepatu Converse.

B. Jenis Data

Secara umum data diartikan sebagai fakta yang di gambarkan melalui angka, simbol, kode dan lain-lain. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Setiadi (2010) data primer didefinisikan sebagai data yang diambil dari sumber pertama baik dari individu maupun perusahaan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya terstruktur, sistematis dan terencana sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Sugiyono (2015) bahwa metode kuantitatif merupakan

metode dengan penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan mahasiswa UMY sebagai populasi penelitian karena mahasiswa merupakan salah satu segmen masyarakat yang kebutuhan tehadap sepatu sangat lah tinggi. Sepatu bagi mahasiswa merupakan kebutuhan primer, digunakan saat berkuliah, berolahraga, maupun nongkrong. Selain itu sepatu menjadi ciri khas gaya bagi anak muda jaman sekarang. Pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, maka dilakukan pengambilan sampel.

Sekaran (2006) mengartikan pengambilan sampel sebagai proses pemilihan sejumlah elemen seperlunya dari populasi, serta penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau kepribadiannya yang akan membantu kita menggeneralisasikan sifat atau kepribadian tersebut pada elemen populasi. Pada penelitian teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Pengertian dari *Purposive Sampling* menurut Sugiyono (2015) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria tersebut adalah Mahasisiwa UMY yang sudah menggunakan dan membeli sepatu Converse minimal 3 bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan perhitungan sampel dari teori Hair, dkk (2006) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang ideal dan representatif tergantung

pada jumlah item peryataan pada indikator penelitian dikalikan 5-10. Dalam kuesioner penelitian ini terdapat 16 indikator, jika mengambil 5 kali jumlah indikator maka ampel yang dibutuhkan untuk mewakili penelitian ini sebanyak 16x5 = 80 responden. Dengan menambahkan 20 responden, jadi jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015). Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan para responden atau dengan media kuisoner online. Pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini merupakan pertanyaan tertutup yang terdiri dari dua bagian. Bagian yang pertama berisi data responden yang merupakan gambaran umum responden secara demografis, dan bagian kedua berisi daftar pertanyaan yang mewakili variabel penelitian. Skala Pengukuran untuk semua indikator pada masing-masing variabel dengan menggunakan skala Likert (skala 1 sampai dengan 5) dimulai dari Sangat Tidak Setuju (STS) sampai dengan Sangat Setuju (SS). Skala pengukuran ini berarti bahwa jika nilainya semakin mendekati 1 maka berarti semakin tidak setuju. Sebaliknya, jika semakin mendekati angka 5 berarti semakin setuju.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah upaya menerjemahkan sebuah konsep variabel ke dalam instrumen pengukuran ke dalam instrumen pengukuran. Sebuah variabel harus bisa diwujudkan kedalam bentuk yg konkrit sehingga peneliti dapat menyususn instrumen pertanyaan yang akan diajukan kepada responden guna melakukan pengukuran berdasarkan aspek atau indikator yang ada.

Tabel 3.1

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Kesadaran Merek (Brand Awaraness)	Kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. Aaker dalam Riduansyah (2016)	1. Ingatan merek 2. Pengenalan merek 3. Hubungan simbol dengan merek (Wanitapradja, 2013)
2.	Asosiasi Merek	Mencerminkan pencitraan suatu merek terhadap suatu kesan tertentu dalam kaitannya dengan kebiasaan, gaya hidup, manfaat, atribut produk, geografis, harga, pesaing, dan lain-lain. Durianto (2004)	1. Atribut produk 2. Harga 3. Pesaing 4. Gaya hidup (Wanitapradja, 2013)
3.	Kesan kualitas	Sebagai persepsi pelangan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan yang berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Durianto (2004)	1. Kinerja produk 2. Kualitas produk 3. Tingkat layanan 4. Keandalan (Wanitapradja,2013)
4.	Keputusan pembelian	Kotler dan Keller (2012) juga berpendapat bahwa keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya u	1. Kesadaran akan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi informasi 4. Ketepatan dalam mengambil

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		untuk melakukankeputusan pembelian.	keputusan 5. Dampak psikologis setelah pembelian (Wanitapradja, 2013)

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisoner (Ghozali, 2011). Suatu instrumen dikatatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur. Kuisoner dikatakan valid apabila pertanyaan yang terkaji dalam kuisoner mampu untuk mengumkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisoner tersebut. Misalkan mengukur kesadaran merek yang terdiri dari lima pertanyaan, maka pertanyaan dalam kuisoner harus bisa menunjukkan seberapa besar tingkat kesadaran merek. Suatu item pertanyaan dikatakan valid apabila instrumen tersebut memiliki nilai P- Value (sig) <0,05 (Ferdinand, 2006).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana kehandalan dan kepercayaan alat pengungkapan dari data. Suatu variabel dikatan reliable apabila memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,6 (Sugiyono, 2015).

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Uji Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Ghozali (2011) menyatakan analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtois, dan sweknesss (kemencengan distribusi).

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan klausal atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas. Jadi regresi linear berganda merupakan alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Dalam penelitian ini kegunaan analisis regresi linear berganda untuk mengukur dan mengetahui ada tidaknya pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek dan kesan kualitas terhadap keputusan pembelian sepatu Converse. Model hubungan dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

$Y = \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kesadaran Merek

X2 = Asosiasi Merek

X3 = Kesan Kualitas

$\beta 1 – \beta 3$ = Koofisien regresi yang hendak ditaksir

Dalam persaman regresi diatas, variabel dependennya adalah keputusan pembelian sepatu Converse sedangkan variabel independennya adalah kesadaran merek, asosiasi merek, dan kesan kualitas.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F yaitu uji untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen secara simultan (Ghozali, 2011). Kriteria penentuan uji F adalah tingkat signifikansi 5%. Apa bilai nilai signifikansi F > α 0,05 maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk mengukur signifikansi konstanta dari setiap variabel independen secara individu benar benar berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial (terpisah). Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi α = 0,05, jika probabilitas nilai t atau signifikansi < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi > 0,05 maka bisa dikatakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji Koofisien Determinan (R^2)

Uji Koofisien determinan (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel – variabel

dependen (Ghozali, 2011). Nilai koofisien determinasi adalan antara nol dan satu. Nilai yang semakin mendekati 1, berarti variabel- variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.