

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 OBJEK PENELITIAN

Terdapat tiga variabel pada penelitian ini yaitu *Athlete Endorsement* sebagai variabel independen (X1), Kualitas produk sebagai variabel independen (X2), dan Keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y). Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh dari kedua variabel independent terhadap variabel dependen pada brand Under Armour.

### 3.2 METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini akan melakukan penelitian kuantitatif, Hal ini berhubungan dengan rumusan masalah yang diajukan, penelitian ini akan membahas keterkaitan antara *athlete endorsement* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sebagaimana menurut Arikunto (2019) penelitian dengan metode yang memakai angka dalam penelitiannya, dimulai dengan proses pengumpulan data, cara menafsirkan sebuah data, dan tampilan data yang diberikan pada penelitian disebut penelitian kuantitatif.

### 3.3 OPERASIONAL VARIABEL

**Table 3. 1 OPERASIONAL VARIABEL**

VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
<i>Athlete Endorsement</i> (X1) Athlete endorsement merupakan sebuah promosi produk atau layanan sebuah perusahaan dengan	<i>1.Familiarity</i>	Tingkat kefamiliaran atlet dalam mempengaruhi perilaku konsumen	Interval

VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
athlete yang dikenal karena penampilan atletisnya yang superior serta pengakuan atas prestasinya sehingga digunakan untuk memasarkan produk atau layanan perusahaan Felbert& Breuer (2020)	2. <i>Relevance</i>	Tingkat kecocokan antara atlet dan produk yang dipasarkan. produk yang dipasarkan.	Interval
	3. <i>Esteem</i>	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap atlet yang dipakai.	Interval
	4. <i>Differentiation</i>	Tingkat keunikan atlet yang dipakai dalam athlete endorsement.	Interval
Kualitas Produk (X2) Kualitas produk merupakan sebuah penilaian konsumen terhadap keunggulan produk secara keseluruhan. Gök et al. (2019),	1. <i>Feature</i>	Tingkat keunikan atau karakteristik produk.	Interval
	2. <i>Comformance</i>	Tingkat kesesuaian produk dengan spesifikasi .	Interval
	3. <i>Durability</i>	Tingkat ketahanan produk ketika	Interval

VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
		sedang digunakan.	
	<i>4. Reliability</i>	Tingkat ketahanan produk dalam penggunaan jangka panjang..	Interval
	<i>5. Perfomance</i>	Tingkat kemampuan dan konsistensi produk ketika digunakan.	Interval
	<i>6. Design</i>	Tingkat estetika produk yang meliputi warna, kemasan , bentuk.	Interval
Keputusan Pembelian(Y) Keputusan pembelian adalah proses konsumen dalam memilih barang atau jasa yang ditawarkan di pasar (Ansari et al.,2019)	<i>1. Decide to choose</i>	Tingkat keyakinan pembelian produk.	Interval
	<i>2. Priority</i>	Tingkat dalam memprioritaskan sebuah produk.	Interval
	<i>3. Willingness to sacrifice</i>	Tingkat ketersediaan dalam mendapatkan sebuah produk.	Interval

VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
	<i>4. Like the product</i>	Tingkat ketertarikan terhadap produk.	Interval

Data olahan (2024)

### 3.4 DESAIN PENELITIAN

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah dalam upaya mengetahui keterkaitan antara variabel yaitu *Athlete Endorsement*(X1), Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan pembelian yaitu variabel (Y). Sehingga desain penelitian ini bersifat klausal.

Fungsi dari desain penelitian yang bersifat klausal ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (Athlete endorsement, Kualitas Produk) dengan variabel dependen (Keputusan Pembelian).

### 3.5 JENIS , SUMBER , DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

#### 3.5.1 JENIS DAN SUMBER DATA

Pada penelitian ini, jenis data yang dipakai yaitu data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini yaitu data yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner dengan Google form kepada kriteria yang ditentukan pada populasi dan sampel yang digunakan. Sedangkan untuk data sekunder menggunakan data yang diperoleh berdasarkan kajian pustaka seperti artikel jurnal, dan situs internet.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer yang dihimpun, hasil yang didapatkan melalui kuesioner yang sudah disebar oleh peneliti kepada responden berjumlah 250 orang. Menurut Sugiyono (2017) menyatakan kuesioner bisa dikatakan tepat jika total dari responden yang dipakai menyebar disuatu kawasan yang

luas dan dikatakan besar. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data yang di himpun dari laman databoks.com dan statista.com.

### **3.5.2 TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Pengertian yang disebutkan oleh Sugiyono (2017) tentang kuesioner adalah sebuah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan metode pemberian berbagai pernyataan tertulis atau pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan *Google form* akan disebarakan kepada responden melalui berbagai macam platform seperti Instagram, Whatsapp, dan Twitter. Dalam kuesioner yang akan disebarakan , memiliki pertanyaan-pertanyaan yang sudah disesuaikan dengan pengukuran variabel penelitian menggunakan skala Interval, yang dimana didapatkan beberapa variabel yaitu *Athlete Endorsement*, Kualitas produk , dan Keputusan pembelian.

## **3.6 POPULASI DAN SAMPEL**

### **3.6.1 POPULASI**

Populasi menggambarkan data yang berjumlah sangat banyak dan luas dalam sebuah penelitian (Darmawan, 2016), selain itu populasi juga merupakan kumpulan dari kemungkinan orang-orang, benda dan beberapa ukuran lain yang disatukan menjadi objek perhatian di sebuah penelitian (Suharyadi and Purwanto S. K., 2016). Populasi pada penelitian ini adalah *followers* Instagram UnderArmour.id yang berdomisili di Kota Bandung.

### **3.6.2 SAMPEL**

Adapun sampel menurut Sugiyono (2013) adalah bagian dari total karakteristik yang didalam populasi tersebut.Pada penelitian ini

menggunakan non probability purposive sampling. Sebagaimana pada sampel penelitian ini yaitu followers Instagram underarmour.id yang berdomisili di Kota Bandung . Berikut adalah beberapa kriteria yang dipakai oleh peneliti untuk menentukan sampel pada penelitian ini:

1. Followers Instagram @Underarmour.id .
2. Berdomisili di Kota Bandung.

Penentuan jumlah sampel dilakukan berdasarkan teori Hair et al., (2021) yang menyatakan bahwa banyaknya jumlah sampel pada analisis Partial Least Square (PLS) harus setidaknya 5 – 10 kali jumlah pernyataan kuesioner. Maka, banyaknya jumlah sampel responden dalam sampel penelitian ini yaitu ;

(Jumlah Seluruh Pernyataan Indikator ) x 10 (25 x 10 = 250).

Jadi melalui perhitungan berdasarkan rumusan tersebut, didapat jumlah sampel adalah 250 orang yang merupakan followers dari Instagram Underarmour.id yang berdomisili di Kota Bandung.

### **3.7 TEKNIK ANALISIS DATA**

Setelah pengambilan data dari responden sudah terkumpul, hal selanjutnya yang dilakukan adalah menjalankan pengolahan data melalui analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis data merupakan tahapan yang didalamnya berisi jawaban dari pertanyaan yang sudah disebarakan melalui kuisisioner kepada responden.

#### **3.7.1 ANALISIS DESKRIPTIF**

Pada penelitian ini digunakan analisis deskriptif dengan tujuan dapat memberikan gambaran dari jawaban responden dengan tujuan pengembangan. Analisis deskriptif adalah analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui deskripsi empiris atau gambaran atas data yang telah dikumpulkan dalam penelitian

(Ferdinand, 2016). Data yang diperoleh dari jawaban responden akan diinterpretasikan menggunakan angka indeks dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Batas atas rentang skor} : (\%F*5) / 5 = (250*5)/5 = 250$$

$$\text{Batas bawah rentang skor} : (\%F*1)/5=(250*1)/5=50$$

Keterangan:

$\%F$  = Jumlah Responden

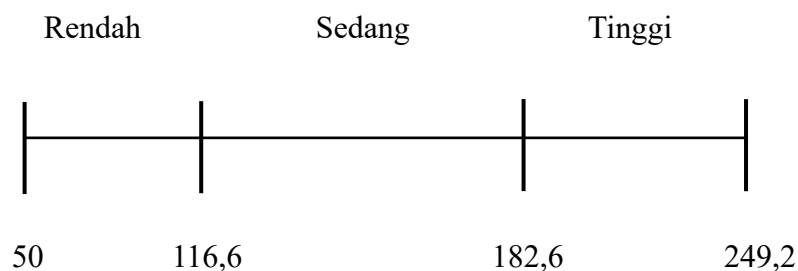
Angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 50 – 250, dengan rentang sebesar 200. Dengan menggunakan three box method, maka rentang 200 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga menghasilkan rentang untuk masing-masing sebagian sebesar 66,6, dimana akan digunakan sebagai daftar interpretasi indeks :

**Table 3. 2 ThreeBoxMethod**

50 – 116,6	RENDAH
116,6 – 182,6	SEDANG
182,6 – 249,2	TINGGI

Sumber : Hasil olahan (2024)

**Garis Kontinum :**



Serta untuk mencari persentase skor digunakan rumus:

$$\text{Presentase Skor } \% = \frac{\text{Jumlah Skor Responden}}{\text{Jumlah Skor Jawaban Ideal}} \times 100\%$$

Gambar 3. 1 Persentase skor

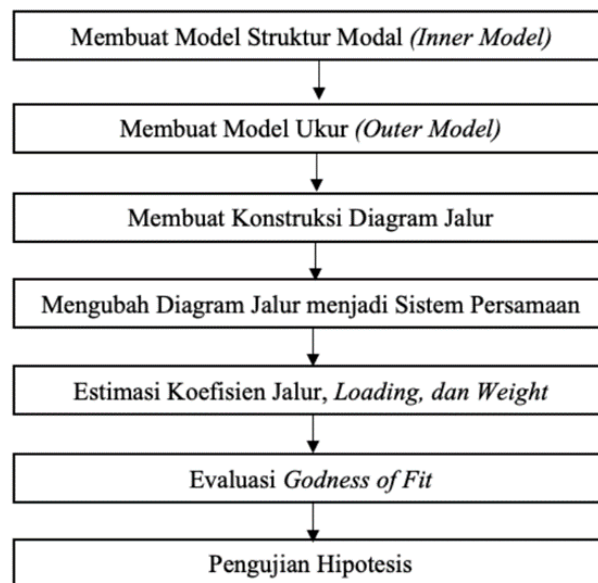
Sumber : Ferdinand, (2016)

### 3.7.2 Analisis Data Dengan *Partial Least Square* (PLS)

Penelitian ini menggunakan analisis inferensial dengan menggunakan sampel untuk dianalisis dan disimpulkan. Statistik inferensial biasa disebut juga dengan statistik probabilitas. Data inferensial memiliki dua jenis, Sugiyono (2017) menjelaskan yang pertama adalah parametis yang dimana akan dilakukan pengujian menggunakan statistic pada populasi, dimana populasi nantinya akan dilakukan pengujian menggunakan data sampel. Kedua adalah non-parametis, dimana di dalam penelitiannya tidak ketergantungan pada populasi. Dalam penelitian ini akan menggunakan metode analisis data Inferensial parametis. Penentuan metode ini disebabkan jenis data yang ingin dianalisa merupakan data kuantitatif dengan data sampel.

Analisis PLS adalah teknik yang memanfaatkan analisis regresi, analisis faktor, atau analisis jalur. Jumlah sampel yang dimiliki tidak terlalu banyak, akan tetapi tetap bermanfaat pada saat membuktikan sebuah teori, semakin banyak sampel semakin baik. Kelebihan dari PLS adalah seluruh ukuran varian dapat dijelaskan ketika dilihat, sehingga mampu terhindar dari kendala ketidakpastian (*indeterminacy*) dan juga tidak memerlukan uji normalitas. Ghozali (2014) permodelan persamaan structural memakai Smart PLS dan berikut adalah tahapan pada analisis data yang dilakukan :





**Gambar 3. 2 Tahapan SEM PLS smartPLS**

Sumber: Ghozali (2014)

Berdasarkan pada gambar 3.2 mengenai tahapan SEM PLS menggunakan smartPLS, maka penjelasan dari ketujuh tahapan tersebut adalah:

1. Membuat Model Struktur Modal (*Inner Model*)

Model struktur modal dibentuk dengan mengacu pada penelitian terdahulu, rumusan masalah, bermacam teori, hipotesis, rasional, dan analogi. Model struktur modal bermanfaat dalam mencari tahu seberapa berpengaruh variable independent terhadap variable dependen berdasarkan teori substantif.

2. Membuat Model Ukur (*Outer Model*)

Dalam perancangan Model ukur atau *outer model*, indikator yang terdapat di semua variabel laten memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Setiap indikator memiliki

dua karakter yaitu formatif dan reflektif. Model ukur memiliki kegunaan agar dapat mencari tahu pengaruh indikator di setiap variabel latennya.

### 3. Membuat Konstruksi Diagram Jalur

Setelah itu tahapan yang akan dilakukan adalah membuat diagram yang menjadi penghubung *inner* dan *outer* yang nantinya akan membentuk diagram jalur sesuai pada rumusan masalah dan hipotesis yang sudah dibuat.

### 4. Mengubah Diagram Jalur menjadi Sistem Persamaan

- a. Membuat persamaan pengukuran model (*outer*)
- b. Membuat persamaan struktur model (*inner*)

### 5. Estimasi Koefisien Jalur dan *Loading Factor*

Tahapan ini bermanfaat dalam mengukur reabilitas dan validitas. Setelah itu pada masing-masing pertanyaan mendapatkan *output* koefisien jalur dan *loading factor*.

### 6. Evaluasi *Goodness of Fit*

Tahapan ini dilakukan agar dapat mengukur dimensi reflektif melalui teknik *convergent* dan *discriminant validity*, setelah itu untuk formatif melakukan teknik membandingkan hasil *relative weight* dengan signifikansi berdasarkan ukuran *weight*, melalui uji Q dan R Square.

### 7. Pengujian Hipotesis

Pada tahapan terakhir ini akan dijalankan proses uji hipotesis menggunakan metode *bootstrap*.

### 3.7.3 UJI VALIDITAS

Kegunaan pengujian validitas menurut Ghozali (2014) yaitu agar dapat mencari tahu valid atau tidaknya kuesioner penelitian yang berisikan pertanyaan-pertanyaan. Pada penelitian ini akan dilakukan uji validitas dengan menggunakan *convergent* dan *discriminaty validity*.

1. *Convergent Validity*, bisa diamati dari setiap *loading factor* berdasarkan pada indikator yang digunakan. Jika *loading factor* berada pada skor  $>0,7$  maka dapat dikatakan valid dan dapat digunakan. Sementara itu jika *loading factor* menunjukkan skor  $>0,5$  maka dikatakan cukup dan dapat diterima. Selain itu, pengujian ini menggunakan *Average Variance Extracted (AVE)*. Menurut Ghozali (2014) apabila skor berada di  $>0,5$  maka dapat dikatakan valid, sementara apabila skor berada di angka  $<0,5$  maka dikatakan tidak valid.
2. *Discriminant validity*, dalam penggunaan uji validitas ini akan memakai nilai *cross loading*. Jika nilai *cross loading* yang terdapat di indikator pada variabel yang ada mempunyai nilai lebih tinggi apabila dibandingkan dengan nilai *cross loading* di variabel lainnya, maka bisa dinyatakan sudah teruji sesuai kriteria uji validitas diskriminan.

### 3.7.4 UJI RELIABILITAS

Penggunaan uji reliabilitas pada penelitian ini ditujukan supaya bisa mengukur kuesioner yang menjadi indikator dari variabel yang dipakai. Menurut Ghozali (2014) Jika responden yang telah mengisi kuesioner dapat menjawab seluruh pertanyaan secara konsisten dari waktu ke waktu, dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut reliabel

atau tepat. Pada smartPLS indikator bisa dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* memperlihatkan skor  $>0$ ,

### 3.7.5 UJI R SQUARE

Pengujian *R-Square* dilakukan supaya dapat mengetahui kapasitas model dalam menyampaikan kejelasan pada varian variabel yang terikat. Dalam tahap uji ini, skor yang dipakai dari 0 hingga 1, jika hasil didapatkan memperlihatkan angka mendekati 1 maka hasil yang ditunjukkan lebih baik. Sementara itu jika hasil yang didapatkan mendekati 0 maka hasil tersebut lebih rendah. Adapun hasil angka yang mendekati 1 memiliki arti bahwa model tersebut bisa menjelaskan apa yang diperlukan, sementara itu jika hasil angka mendekati 0 memiliki makna bahwa model tersebut tidak dapat menjelaskan apa yang diperlukan dalam memperkirakan varian variabel yang terikat.

### 3.7.6 UJI Q SQUARE

Pengujian *Q-Square* dilakukan dalam upaya mengetahui seberapa besar nilai observasi yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan. Nilai yang dipakai di dalam penelitian ini adalah *predictive relevance*. Hal ini dilakukan karena memiliki tujuan dalam menentukan sudah tepat atau belum mampu tujuan mengukur model dilihat melalui nilainya. Jika nilai yang diperlihatkan adalah angka di atas 0 maka bisa dikatakan mempunyai *predictive relevance*. Kemudian jika nilai memperlihatkan angka di bawah 0 maka bisa dikatakan tidak mempunyai *predictive relevance*.

### 3.7.7 UJI HIPOTESIS

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan metode uji parsial atau uji-t untuk menguji variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian yang dilakukan memiliki manfaat maupun kegunaan dalam mengetahui seberapa berpengaruh tingkat pengaruh dari variabel

bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah penjelasan variable-variabel sebagai bahan untuk pengujian hipotesis:

1. *Athlete Endorsement* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian

$H_{01} : X_1 = 0$ , menjelaskan sebenarnya variabel *Athlete Endorsement* tidak memiliki pengaruh kepada variabel Keputusan pembelian.

$H_{a1} : X_1 \neq 0$ , menjelaskan sebenarnya variabel *Athlete Endorsement* memiliki pengaruh kepada variabel Keputusan pembelian.

2. Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian

$H_{02} : X_2 = 0$ , menjelaskan sebenarnya variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh kepada variabel Keputusan pembelian.

$H_{a2} : X_2 \neq 0$ , menjelaskan sebenarnya variabel kualitas produk memiliki pengaruh kepada variabel Keputusan pembelian.

Seluruh penelitian yang dilakukan memang pada dasarnya tidak ada yang memiliki kebenaran secara mutlak, maka dalam penelitian ini taraf nyata yang diambil pada *error free* sebesar 5% untuk dipakai, sehingga 95% sisanya akan dikatakan benar. Menurut Sarjono dan Julianita (2013) terdapat dasar dalam pengambilan hipotesis, yaitu:

1. Apabila nilai probabilitas signifikan lebih rendah atau sama dengan nilai taraf nyata ( $\text{Prob.Sig} < 0,05$ ),  $H_a$  akan diterima ( $H_0$  ditolak). Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan kepada variabel terikat.

2. Apabila nilai probabilitas signifikan lebih besar dibandingkan dengan nilai taraf nyata ( $\text{Prob.Sig} > 0,05$ ),  $H_0$  ditolak ( $H_0$  diterima). Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang tidak signifikan.