

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif berakar dari filsafat positivisme dan ditujukan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Dalam metode ini, pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian, diikuti dengan analisis kuantitatif atau statistik untuk menjelaskan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dengan memanfaatkan pendekatan kuantitatif, penelitian ini dapat menganalisis hubungan antara variabel dengan objek yang diteliti dalam konteks sebab-akibat, sehingga menghasilkan variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2017:32).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dimana nantinya peneliti memberikan kuesioner kepada responden yaitu konsumen jersey bola custom di Kecamatan Lumajang. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regesi linier berganda dengan teknik tersebut kemudian dilakukannya pengujian hipotesis untuk menyatakan adanya pengaruh antara variabel dependen (X) yaitu Promosi (X1), Kualitas produk (X2), dan Kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

3.2 Objek Penelitian

Sugiyono., (2017) objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Objek penelitian ini adalah variabel bebas meliputi promosi, kualitas produk, kualitas pelayanan, sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Oleh sebab itu, penelitian ini akan menerapkan teknik analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk menguraikan hipotesis bahwa variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai pengaruh secara parsial.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

a. Data Internal

Paramita *et al.*, (2021:72), data primer adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya, yaitu individu atau perorangan, tanpa melalui perantara. Proses pengumpulan informasi ini dilakukan melalui survei lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang asli. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh langsung dari pengisian kuesioner yang disebarluaskan kepada responden yang telah membeli atau pengguna pada jersey bola custom di kecamatan Lumajang.

b. Data Eksternal

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Paramita *et al.*, 2021:72). Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan data yang ada. Data sekunder merupakan data yang telah disediakan oleh pihak lain, sehingga tidak berpengaruh pada penelitian yang dilakukan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku, jurnal, media internet dan literatur yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.3.2 Sumber Data

a. Data Internal

Data internal adalah data menggambarkan kondisi sebuah organisasi, atau data dari dalam organisasi tersebut (Paramita, 2018 : 72). Dalam penelitian ini, data internal yang digunakan diperoleh melalui komsumen yang sudah melakukan pembelian produk jersey bola custom.

b. Data Eksternal

Data eksternal adalah data sekunder yang berasal dari berbagai institusi di luar perusahaan (Paramita *et al.*, 2021:72). Data eksternal yang diperlukan dalam penelitian ini melalui survei dan kuesioner terkait persepsi konsumen mengenai promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Sugiyono, (2017:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Paramita (2018:59), populasi dapat diartikan sebagai kumpulan segala sesuatu yang memiliki karakteristik serupa, termasuk peristiwa, benda, maupun individu. Sebagai objek penelitian, populasi berfungsi sebagai fokus utama perhatian para peneliti.

Dari beberapa definisi yang ada, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan pada objek yang menjadi sumber data, dengan karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian, yang menjadi fokus dalam batasan ruang dan waktu

yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah konsumen yang pernah membeli jersey bola custom di Kecamatan Lumajang.

3.4.2 Sampel & Teknik Sampling

Paramita, & Rizal, (2018:60) Sampel adalah bagian populasi yang terdiri dari beberapa bagian anggota populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang ada. (Aprilia *et al.*, 2021). Paramita, & Rizal, (2018:60), teknik sampling adalah suatu proses yang dilakukan peneliti untuk mengetahui sampel yang akan digunakan pada saat observasi atau saat penelitian sehingga dapat menarik sebuah kesimpulan atas populasi semua populasi penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, yang berarti bahwa tidak ada peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap komponen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. (Sugiyono., 2015:154). Berbagai teknik dapat digunakan dengan prosedur pengambilan sampel untuk menentukan sampel penelitian. Strategi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel berbasis peluang di mana seseorang yang kebetulan bertemu dengan seorang peneliti secara kebetulan dapat dimasukkan dalam kumpulan sampel jika dianggap bahwa individu tersebut dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan (Sugiyono., 2015:156).

Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan metode yang dikembangkan oleh *Roscoe* dalam bukunya "Research Methods For Business" (1982:253) dalam (Sugiyono, 2015:164) yang memberikan beberapa rekomendasi mengenai ukuran sampel untuk penelitian, sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang dianggap memadai dalam penelitian berkisar antara 30 hingga 500.
2. Jika sampel dibagi ke dalam kategori tertentu (seperti pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan sebagainya), maka jumlah anggota sampel di setiap kategori harus minimal 30.
3. Apabila penelitian melibatkan analisis multivariate (seperti korelasi atau regresi ganda), jumlah anggota sampel harus minimal 10 kali lipat dari jumlah variabel yang diteliti. Sebagai contoh, jika terdapat 5 variabel dalam penelitian (baik independen maupun dependen), maka jumlah anggota sampel yang diperlukan adalah $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang melibatkan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, jumlah anggota sampel untuk masing-masing kelompok sebaiknya antara 10 hingga 20.

Berdasarkan pendapat *Roscoe* di atas, sampel penelitian ini didasarkan pada penggunaan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat digunakan pada sampel penelitian ini, sehingga total variabel dalam penelitian ini adalah empat. Dengan demikian, ukuran sampel yang diambil sebanyak 10, namun disarankan untuk meningkatkannya menjadi 20 sampel per variabel guna mendapatkan hasil yang lebih baik karena semakin besar ukuran sampel maka semakin dekat survey

dengan kenyataan. Oleh karena itu, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $20 \times 4 = 80$ sampel.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Hatch dalam Sugiyono, (2017:66), Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diperiksa untuk mengumpulkan informasi dan membuat kesimpulan. variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel independen, juga dikenal sebagai variabel prediktor, eksogen, atau bebas, adalah faktor yang memiliki dampak, baik secara positif maupun negatif, terhadap variabel dependen. Variabel independen berperan dalam menjelaskan bagaimana masalah dalam penelitian dapat diatasi. Tujuan dari penelitian adalah untuk menjelaskan atau memprediksi variasi yang terjadi dalam variabel dependen (terikat) dengan memanfaatkan variabel independen (bebas). Menurut penjelasan dari Sugiyono, (2017:68) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen. Huruf X biasanya digunakan untuk menunjukkan variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Promosi (X1), kualitas produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3).

b. Variabel Dependend (variabel terikat)

Variabel dependen, atau yang sering disebut sebagai variabel terikat, menjadi pusat perhatian dalam suatu penelitian. Variabel ini mencerminkan inti dari

permasalahan yang dihadapi dan tujuan yang ingin dicapai. Sebagai variabel utama, variabel ini menggambarkan tantangan yang perlu diatasi atau target yang perlu diraih dalam penelitian tersebut. Jumlah variabel dependen yang terlibat dapat bervariasi, baik satu maupun lebih, tergantung pada tingkat kompleksitas dan tujuan khusus penelitian. Dalam konteks topik penelitian yang diangkat, menurut penjelasan dari Sugiyono, (2017:68) variabel dependen adalah Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Huruf (Y) biasanya digunakan untuk menunjukkan variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah untuk menjelaskan pengertian variabel secara teoritis berdasarkan pandangan dan definisi yang diberikan oleh para ahli. Tujuan dari penjelasan ini adalah untuk memastikan adanya kesamaan pemahaman antara peneliti dan pembaca mengenai suatu variabel (Paramita, *et al.*, 2021:42).

a. Promosi

Laksana,(2019), Promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang melibatkan berbagai aktivitas untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran tentang perusahaan serta produk yang ditawarkan. Tujuannya adalah agar konsumen mau menerima, membeli, dan setia pada produk yang disediakan oleh perusahaan tersebut.

b. Kualitas Produk

Pramudita *et al.*, (2022) , Kualitas dapat diartikan sebagai kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya dengan aspek yang mencakup keberlanjutan,

keandalan,kemajuan, kekuatan, kenyamanan dalam penggunaan, perbaikan, dan karakteristik lainnya lainnya. Menurut (Gunawan, *et al.*, 2022:60) Menyebutkan bahwa "kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi harapan pelanggan. Harapan tersebut meliputi beberapa aspek, seperti keawetan produk, keandalan, kemudahan penggunaan, serta atribut lainnya yang memiliki nilai".

c. Kualitas Pelayanan

hatcher (2015) dalam (Priyadi *et al.*, 2024) Mendefinisikan pelayanan (*service*) sebagai upaya untuk memberikan nilai kepada pelanggan dengan membantu mereka mencapai hasil yang diinginkan, tanpa memikul biaya dan risiko tertentu.Pelayanan dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan ekonomi yang hasilnya bukan berupa produk fisik atau konstruksi. Umumnya, pelayanan ini dikonsumsi pada saat proses produksinya berlangsung. Pelayanan juga memberikan nilai tambah dalam bentuk aspek-aspek seperti kenyamanan, hiburan, ketepatan waktu, dan kesehatan, yang pada dasarnya memiliki sifat tak berwujud.

d. Keputusan Pembelian

keputusan pembelian adalah proses di mana seseorang membeli berbagai barang dan jasa yang dipilih berdasarkan informasi yang diperoleh mengenai produk ketika kebutuhan dan keinginan muncul. Proses ini juga berfungsi sebagai referensi untuk keputusan pembelian di masa mendatang. Dengan demikian, pengalaman dan informasi yang diperoleh dari setiap transaksi dapat memengaruhi pilihan konsumen di kemudian hari, sehingga menciptakan pola perilaku yang lebih terarah dalam berbelanja (Nawangsih *et al*, 2019).

3.5.3 Definisi Operasional

Definisi operasional merujuk pada penjelasan mengenai bagaimana suatu variabel akan diukur atau ditentukan nilainya dalam suatu penelitian. Penting untuk memastikan bahwa pengoperasionalan variabel yang digunakan konsisten dengan definisi konseptual yang telah ditetapkan. Definisi operasional dalam penelitian ini akan menjelaskan indikator serta definisi operasional untuk setiap variabel yang terlibat, sebagai berikut:

a. Promosi

Kotler dan Armstrong (2019:424) Promosi dijelaskan sebagai segala macam cara yang dilakukan perusahaan untuk membagikan informasi atas keunggulan produk serta membujuk konsumen agar bersedia memilih produk tersebut.

Kotler dan Keller, (2009) dalam (Aprilia *et al.*, 2021) indikator promosi yaitu sebagai berikut:

1. Jangkauan promosi:
jumlah promosi yang dilakukan oleh perusahaan dalam periode tertentu melalui berbagai media promosi yang tersedia.
2. Kualitas promosi:
ukuran yang digunakan sebagai acuan untuk menilai efektivitas promosi yang telah dilaksanakan.
3. Kuantitas promosi:
Tolak ukur penilaian yang diberikan oleh konsumen terhadap promosi yang telah dilakukan.
4. Waktu promosi:
menunjukkan durasi pelaksanaan promosi oleh perusahaan.
5. Ketepatan sasaran promosi:
kesesuaian dengan target yang harus dicapai saat melakukan promosi, guna memenuhi tujuan perusahaan.

Berdasarkan indikator kualitas produk dalam penelitian ini, dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran sebagai berikut:

1. Saya merasa informasi mengenai produk jersey bola custom mudah diperoleh.
2. Pesan yang disampaikan dalam promosi jersey bola custom ini jelas dan mudah dipahami.
3. Saya merasa Promosi jersey bola custom yang saya terima cukup sering untuk menarik perhatian saya.
4. Saya lebih suka promosi yang berlangsung dalam waktu yang lebih lama agar saya dapat mempertimbangkan keputusan pembelian..
5. Saya merasa bahwa promosi yang saya terima mencerminkan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan .

b. Kualitas Produk

Ernawati, (2019) Kualitas produk ini adalah aspek utama yang memengaruhi semua keputusan pelanggan saat membeli suatu produk. Semakin banyak kualitas produk membaik, semakin banyak orang yang ingin membeli untuk produk akan mengembangkan niat pelanggan mereka.

Tjiptono dalam (Fadhilah, Nabila Nur Hayati, 2024) terdapat indikator kualitas produk sebagai berikut:

1. **Kinerja (*performance*)**
Seberapa efektif produk dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Faktor-faktor yang bisa diperhatikan dalam kinerja meliputi kecepatan, efisiensi, dan efektivitas produk dalam menjalankan fungsinya.
2. **Fitur (*Feature*)**
Merupakan karakteristik tambahan atau fungsi yang dimiliki oleh produk. Fitur-fitur ini mampu meningkatkan nilai produk dan memberikan keunggulan dibandingkan produk sejenis.
3. **Daya tahan (*Durability*)**
Menunjukkan berapa lama produk dapat bertahan dalam penggunaan sehari-hari sebelum mengalami kerusakan atau penurunan fungsi. Produk yang memiliki daya tahan tinggi sering kali lebih diapresiasi oleh konsumen.

4. Kehandalan (*reability*)

Ketahanan atau konsistensi operasional produk dalam pandangan konsumen merupakan aspek penting. Keandalan sebuah produk juga mencerminkan seberapa besar kemungkinan produk tersebut tidak akan mengalami kerusakan atau kegagalan dalam periode waktu tertentu. Sebuah produk dianggap memiliki keandalan tinggi jika dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas ketahanannya

5. Estetika (*Aesthetics*),

Keindahan produk terhadap pancha indera dapat didefinisikan sebagai atribut yang melekat pada sebuah produk, seperti warna, model atau desain, bentuk, rasa, aroma dan lain-lain. Pada dasarnya estetika merupakan elemen tambahan yang melengkapi fungsi dasar suatu produk sehingga meningkatkan kinerja produk di mata pelanggan.

Berdasarkan indikator kualitas produk dalam penelitian ini, dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran sebagai berikut:

1. Jersey bola custom efisien dalam menjaga suhu tubuh saat digunakan.
2. Jersey bola custom memiliki fitur tambahan seperti sirkulasi udara, bahan anti-bakteri.
3. Jersey bola custom ini tetap berfungsi dengan baik setelah digunakan dalam waktu yang lama.
4. Saya percaya bahwa jersey bola custom ini tidak akan mengalami kerusakan dalam waktu dekat.
5. Desain jersey bola custom ini menarik dan menyenangkan untuk dilihat.

c. **Kualitas Pelayanan**

Indikator kualitas pelayanan sangatlah penting untuk mengukur tingkat kepuasan suatu konsumen untuk mengukur kepuasan konsumen. Menurut (Kasmir., 2017:47) kualitas pelayanan merupakan suatu sarana atau tugas yang harus dipenuhi untuk memberikan pelanggan dan karyawan tingkat kepuasan tertentu terhadap pelayanan yang mereka dapatkan.

Berikut ini adalah indikator kualitas pelayanan menurut Kotler, (2016:284), dalam (Normala dewi, 2021) sebagai berikut:

1. Kehandalan (*Reliability*), yaitu suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), Sejauh mana penyedia layanan siap dan mampu membantu pelanggan serta memberikan layanan dengan cepat sangatlah penting. Hal ini mencakup kecepatan dalam menanggapi permintaan, keluhan, atau pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan. Pelanggan sangat menghargai penyedia layanan yang responsif dan selalu siap membantu kapan pun mereka membutuhkannya.
3. Kepastian/jaminan (*Assurance*), yaitu kemampuan karyawan yang mengetahui terhadap sebuah produk secara tepat, berkualitas dalam layanan meliputi pengetahuan, keterampilan, dan sikap profesional yang dimiliki oleh staf penyedia layanan, memberikan rasa aman kepada pelanggan. Hal ini juga meliputi kemampuan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap layanan yang diterima. Pelanggan ingin merasa yakin bahwa mereka akan mendapatkan layanan yang berkualitas dan aman.
4. Empati (*Emphathy*), yaitu perhatian yang diberikan kepada karyawan kepada pelanggan, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan yang dimana kemampuan untuk berkomunikasi kepada pelanggan, dan usaha yang diberikan perusahaan untuk memahami kebutuhan pelanggannya.
5. Bukti fisik (*Tangibles*), yaitu jenis layanan yang terlihat dengan mata telanjang, meliputi fasilitas, peralatan staf dan peralatan sistem informasi.

Berdasarkan indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini, dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran sebagai berikut:

1. Pesanan jersey saya diproses sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
2. Karyawan siap membantu saya saat saya membutuhkan informasi tambahan.
3. Karyawan memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan.
4. Saya merasa mudah untuk menghubungi jika ada pertanyaan atau keluhan pada jersey bola custom.
5. Peralatan yang digunakan untuk produksi jersey bola custom terlihat modern dan berkualitas.

d. Keputusan Pembelian

Kotler dan Armstrong, (2016:177) Mendefinisikan keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang ditentukan oleh konsumen pada suatu produk pemasaran yang ditawarkan oleh perusahaan.

Nainggolan, (2020) dalam Novianti & Saputra, (2023) nyatakan bahwa ada 5 indikator dalam keputusan pembelian yaitu:

1. Pengenalan kebutuhan
Mengidentifikasi masalah kebutuhan pelanggan yang mendorong pengumpulan informasi internal dan eksternal yang mendorong pelanggan untuk membeli produk yang memenuhi kebutuhannya.
2. Pencarian sebuah informasi
Konsumen sadar terkait kehadiran kebutuhan pada produk/jasa, berikutnya konsumen tentunya akan mencari informasi dari berbagai arah sumber.
3. Pengevaluasian pada alternatif
Sesudah informasi yang diperoleh, konsumen tentu akan melakukan pengevaluasian atas beragam pilihan didalam memenuhi kebutuhannya.
4. Melakukan pembelian
Jika tidak ada faktor lain setelah konsumen membuat keputusan mengenai pilihan yang telah ditetapkan, maka pembelian yang nyata akan menjadi hasil akhir dari kedua proses yang telah dilakukan sebelumnya.
5. Perilaku pasca pembelian
Jika produk atau jasa yang dibeli tidak memuaskan, konsumen cenderung menunjukkan sikap negatif. Hal ini bahkan bisa menyebabkan mereka menjauh dari produk atau jasa tersebut di masa depan.

Berdasarkan indikator keputusan pembelian dalam penelitian ini, dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran sebagai berikut:

1. Saya membeli jersey bola custom karena sesuai dengan kebutuhan.
2. Saya mencari informasi terlebih dahulu sebelum membeli jersey bola custom.
3. Saya melakukan perbandingan sebelum memutuskan untuk membeli jersey bola custom
4. Saya membeli jersey bola custom karena sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang saya terima.

5. Saya akan merekomendasikan kepada teman atau tim yang akan melakukan pembelian jersey serupa.

3.6 Instrumen Penelitian

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
1	Promosi (X1)	1) jangkauan promosi.	1) Saya merasa informasi mengenai produk jersey bola custom mudah diperoleh.	Ordinal	(Kotler dan Keller, 2009) dalam (Aprilia et al., 2021)
		2) kualitas promosi	2) Pesan yang disampaikan dalam promosi jersey bola custom ini jelas dan mudah dipahami.		
		3) Kuantitas promosi.	3) Saya merasa Promosi jersey bola custom yang saya terima cukup sering untuk menarik perhatian saya.		
		4) Waktu promosi	4) Saya lebih suka promosi yang berlangsung dalam waktu yang lebih lama agar saya dapat mempertimbangkan keputusan pembelian.		
		5) Ketepatan sasaran promosi	5) Saya merasa bahwa promosi yang saya terima mencerminkan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan.		

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
2.	Kualitas produk (X2)	1) Kinerja (<i>performance</i>) 2) Fitur (<i>Feature</i>) 3) Daya tahan (<i>Durability</i>) 4) Kehandalan (<i>reability</i>) 5) Estetika (<i>Aesthetics</i>)	1) Jersey bola custom dalam menjaga suhu tubuh saat digunakan. 2) Jersey bola custom memiliki fitur tambahan seperti sirkulasi udara,bahan anti-bakteri. 3) Jersey bola custom ini tetap berfungsi dengan baik setelah digunakan dalam waktu yang lama. 4) Saya percaya bahwa jersey bola custom ini tidak akan mengalami kerusakan dalam waktu dekat. 5) Desain jersey bola custom ini menarik dan menyenangkan untuk dilihat.	Ordinal	Tjiptono dalam (Fadhilah, Nabila Nur Hayati, 2024)
3.	Kualitas Pelayanan (X3)	1) Kehandalan (<i>Realibility</i>) 2) Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	1) Pesanan jersey saya sesuai dengan waktu yang dijanjikan. 2) Karyawan siap membantu saya saat saya membutuhkan informasi tambahan.	Ordinal	Kotler dan Keller, (2016:284), dalam (Normaladewi, 2021)

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
	3) Kepastian/jaminan (Assurance)	3) Karyawan memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan.			
	4) Empati (Emphathy)	4) Saya merasa mudah untuk menghubungi jika ada pertanyaan atau keluhan pada jersey bola custom.			
	5) Bukti fisik (Tangibles)	5) Peralatan yang digunakan untuk produksi jersey terlihat modern dan berkualitas.			
4.	Keputusan Pembelian (Y)	1) Pengenalan kebutuhan 2) Pencarian sebuah informasi 3) Pengevaluasi an pada alternatif 4) Melakukan pembelian	1) Saya membeli jersey bola custom karena sesuai dengan kebutuhan. 2) Saya mencari informasi terlebih dahulu sebelum membeli jersey bola custom. 3) Saya melakukan perbandingan sebelum memutuskan untuk membeli jersey bola Custom 4) Saya membeli jersey bola custom karena sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang saya terima.	Ordinal	Nainggolan, (2020) dalam (Novianti & Saputra, 2023)

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
	5) Perilaku pasca pembelian	5) Saya akan merekomendasikan kepada temen atau tim yang akan melakukan pembelian jersey serupa.			

3.7 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1 Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibanding dengan teknik yang lain seperti:wawancara dan kuesioner.menurut (Sutrisno Hadi 1986) dalam (Sugiyono, 2013:145) menyatakan bahwa,observasi merupakan suatu proses yang kompleks atau suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis atau psikhologis.teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila,penelitian berkenaan dengan perilaku manusia.

Untuk memastikan keadaan sebenarnya dari konsumen pada jersey bola custom.metode observasi penelitian ini melibatkan pengamatan langsung responden di lapangan pada konsumen jersey bola custom di Kecamatan Lumajang.

3.7.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang valid di lapangan dengan cara memberi beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.kuesioner

merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur nantinya dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2013:142). Dalam penelitian ini,dilakukan pengukuran dengan menggunakan skala likert.skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap,pendapat dan presepsi seseorang atau sekelompok pada suatu peristiwa.

Kuesiner akan disebarluaskan pada responden yang merupakan konsumen dan pengguna pada produk jersey bola custom untuk memperoleh data mengenai tentang pengaruh promosi,kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.penyebaran dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang disediakan nantinya akan diisi kepada para responden.

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju (SS) skor	5
2	Setuju (S) skor	4
3	Ragu-Ragu (RR) skor	3
4	Tidak Setuju (TS) skor	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS) skor	1

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif,analisi data merupakan kegiatan setelah data terkumpul dari seluruh responden atau sumber data lain yang terkumpul.kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden. pengumpulan data menurut setiap variabel yang diteliti, penyebaran data menurut setiap variabel yang diteliti, dan perhitungan untuk menentukan

jawaban atas rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan(Sugiyono, 2013:147).

3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data responden harus diuji untuk memastikan bahwa datanya valid dan reliabel. Persyaratan utama adalah bahwa kuesioner harus memastikan bahwa datanya valid dan reliabel sehingga pengujian hipotesis tahap berikutnya dapat dilakukan.

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses menentukan apakah suatu alat pengukuran seperti kuesioner mampu mengukur semua yang seharusnya diukur. Apabila jawaban pertanyaan dapat mengungkapkan sesuatu yang perlu diukur, maka alat ukur (kuesioner) dianggap valid atau sah(Sujarweni, 2019:157). Analisis faktor dilakukan dengan mengaitkan skor keseluruhan dengan jumlah skor dari setiap faktor yang ada. Sebuah faktor dianggap kuat apabila terdapat korelasi positif antara semua komponennya dengan nilai minimal 0,3. Dengan demikian, analisis faktor ini dapat disimpulkan bahwa instrumen ini menunjukkan validitas konstruk yang tinggi(Sugiyono., 2015)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu proses yang dilakukan untuk mengevaluasi kuesioner sebagai indikator dari suatu variabel. Pengujian ini berfokus pada sejauh mana hasil atau data dapat dipertahankan dan konsistensinya. Data dianggap reliabel jika mampu memberikan konsistensi serta akurasi yang tinggi.

Sebuah instrumen dikategorikan reliabel apabila telah diuji berulang kali dan menghasilkan data yang serupa, tanpa adanya perubahan antara psikologi peneliti dan responden. Salah satu metode yang umum digunakan untuk menguji reliabilitas adalah Cronbach's Alpha, yang terkenal karena kemampuannya dalam mengukur koefisien dan reliabilitas (Sugiarto., 2017:208).

Pengujian reliabilitas data penelitian dengan menghitung ukuran Cronbach's Alpha. Penelitian dianggap reliabel jika Cronbach's Alpha minimal 0,8. Namun ada pendapat lain yang menyatakan bahwa Cronbach's Alpha minimal 0,6 sudah cukup untuk menyimpulkan data penelitian dengan pasti atau reliabel (Algifari., 2015:96) Kriteria Cronbach's Alpha dibedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 3 Indeks Kriteria Realibilitas

Interval	Tingkat reabilitas
0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
0,201 - 0,40	Agak Reliabel
0,401 - 0,60	Cukup Reliabel
0,601 - 0,80	Reliabel
0,801 - 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Nugroho,(2011:33)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, Uji asumsi klasik yang diterapkan adalah uji normalitas, uji multikolineeritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Berdasarkan penjelasan Riyanto, (2020:137) tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah residu atau variabel pengganggu dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian statistik dan analisis grafis adalah dua metode

untuk menentukan apakah residu berdistribusi normal. Uji statistik *kurtosis non parametrik Kolmogorov Smirnov* (K-S) dapat dilakukan pada keadaan berikut untuk melakukan uji normalitas pada grafik.

- 1) H_0 : nilai sig > 0,05 maka data residual terdistribusi normal.
- 2) H_a : nilai sig < 0,05 maka data residual tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan penjelasan Riyanto, (2020:139) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menentukan apakah ada korelasi yang signifikan antara variabel bebas satu dan variabel bebas lainnya. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menentukan apakah ada korelasi yang tinggi antara variabel independen dalam model regresi linier berganda. Dalam kasus di mana ada korelasi yang tinggi antara variabel independen, maka kedua variabel independen dan dependen akan terganggu.

Riyanto, (2020:139) kriteria untuk mendekripsi multikolinearitas pada suatu model yaitu model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 dan nilai toleransi lebih besar dari > 0,10. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah tolerance.

c. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pendapat Ghazali, (2018:134) uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varian antara residu pada pengamatan tertentu dalam model regresi. Terdapat dua jenis, yaitu homoskedastisitas dan heteroskedastisitas. Homoskedastisitas terjadi ketika varians residual dari setiap observasi tetap konsisten. Kondisi homoskedastisitas, atau yang dikenal juga sebagai non-heteroskedastisitas, merupakan indikator

bahwa model regresi tersebut berkualitas baik. Namun, karena pengumpulan data dilakukan dari berbagai ukuran, baik kecil, sedang, maupun besar, seringkali data cross-sectional mengandung situasi heteroskedastisitas.

Adapun dasar analisanya sebagai berikut :

1. Heterosdastisitas ditunjukan jika suatu pola tertentu,seperti gelombang ,melebar dan menyempit dari suatu titik yang ada.
2. Heteroskedastisitas tidak timbul jika ada pola yang terlihat dan titik-titiknya tersebar diatas dan dibawah titik nol sumbu Y.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan penjelasan Riyanto, (2020:140) Regresi linier berganda terdiri dari satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Secara umum, persamaan regresi linier dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KP = \alpha + \beta_1 \cdot PP + \beta_2 \cdot KPR + \beta_3 \cdot KPL + e$$

Keterangan:

KP	= Keputusan Pembelian
α	= Konstanta
PP	= Promosi penjualan
KPR	= Kualitas Produk
KPL	= Kualitas Pelayanan
β	= Koefisien regresi variabel independen
e	= error term (yang tidak terungkap = 5%)

3.8.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dalam menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan membuat kesimpulan menerima atau menolak pernyataan tersebut. Pengujian hipotesis dilakukan untuk membantu dalam pengambilan keputusan tepat dalam suatu hipotesis yang diteliti. Terdapat dua tahapan pengujian hipotesis pada penelitian ini yaitu uji t dan uji determinasi (R²) yaitu sebagai berikut:

a. Uji T (Uji Parsial)

Berdasarkan penjelasan Riyanto dan Hatmawan, (2020:141) uji t yang terkadang disebut uji parsial digunakan untuk menilai apakah terdapat pengaruh parsial yang signifikan antara variabel independen dan dependen. Untuk menilai pengaruh promosi (X₁), kualitas produk (X₂), dan kualitas pelayanan (X₃) terhadap keputusan pembelian (Y) maka digunakan uji parsial (uji t) dalam penelitian ini. Beberapa langkah dalam menguji secara parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a) Hipotesis Pertama

H_0 : Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jersey bola custom di kecamatan Lumajang .

H_a : Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian jersey bola custom di kecamatan Lumajang

b) Hipotesis Kedua

H_0 : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jersey bola custom di kecamatan Lumajang.

H_a : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian jersey bola custom di kecamatan Lumajang.

c) Hipotesis Ketiga

H_o : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jersey bola custom di kecamatan Lumajang.

H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jersey bola custom di kecamatan Lumajang.

2) Kriteria Pengujian

a) Jika $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ (5%) maka H_o diterima sedangkan H_a ditolak.

b) Jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig \leq 0,05$ (5%) maka H_a diterima sedangkan H_o ditolak.

3) Hitung nilai t_{tabel} dengan rumus rumus $df = N-2$

4) Buat kesimpulan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.8.5 Uji Kelayakan Model

Ananda, *et al* (2023) Uji kelayakan model dilakukan secara bersamaan untuk mengevaluasi signifikansi antara variabel independen dan variabel dependen. Tujuan dari uji kelayakan model ini adalah untuk menentukan apakah model yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak. Uji kelayakan model ini sangat penting, terutama ketika penelitian melibatkan lebih dari satu variabel independen.

Kriteria dalam uji kelayakan model (Uji F) adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai p-value dari $F \geq \alpha$ sebesar 5% atau 0,05, berarti model penelitian tidak layak untuk digunakan.

2. Bila nilai p-value dari $F < \alpha$ sebesar 5% atau 0,05, maka artinya model penelitian layak untuk digunakan. Menentukan taraf nyata sebesar 5%.

3.8.6 Koefisien determinasi (R^2)

Riyanto, (2020:141) kemampuan suatu model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen dapat diukur dengan analisis koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 hingga 1. Koefisien determinasi yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika koefisien determinasi (R^2) tinggi dan mendekati 1, ini berarti hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk meramalkan perubahan pada variabel dependen disediakan oleh variabel independen.