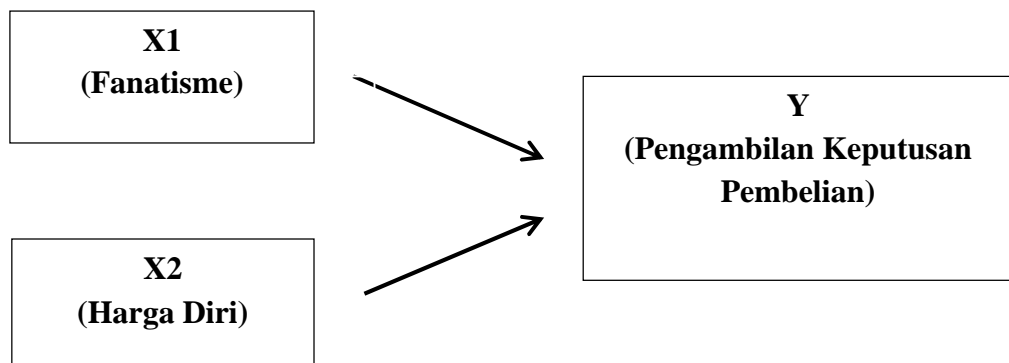


### BAB III

## METODE PENELITIAN

### A. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan korelasi *korelasi regresi berganda* yang bertujuan untuk menguji hubungan variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (tergantung). Model ini untuk mengetahui apakah ada hubungan fanatisme (X1) terhadap pengambilan keputusan pembelian (Y) *jersey* bola pada *fans club* bola liga serie A Italia region Pekanbaru, harga diri (X2) terhadap pengambilan keputusan pembelian (Y) *jersey* bola pada *fans club* bola liga serie A Italia region Pekanbaru. Model ketiga variabel tersebut dapat digambarkan sebagai berikut.



## **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Identifikasi terhadap variabel penelitian bertujuan untuk memperjelas dan membatasi masalah serta menghindari pengumpulan data yang tidak diperlukan. Yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah :

Variabel Tergantung (Y) : Pengambilan Keputusan Pembelian

Variabel bebas (X)

X<sub>1</sub> : Fanatisme

X<sub>2</sub> : Harga Diri

## **C. Defenisi Operasional**

### **1. Pengambilan Keputusan Pembelian**

Pengambilan keputusan pembelian adalah kegiatan individu secara langsung dalam mengidentifikasikan semua pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sarannya dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan yang berujung kepada keputusan pembelian atau tidak dipengaruhi oleh rekognisi, sosioeksternal dan psikologis.

Tahapan pengambilan keputusan pembelian menurut Engel (1995) diantaranya :

a). Pengenalan Kebutuhan

Mengenali adanya kebutuhan sangat penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Pengenalan kebutuhan merupakan mengenal apa yang menjadi kebutuhan konsumen dengan keadaan yang diinginkan dan keadaan yang ada.

b). Pencarian Informasi

Pencarian informasi merupakan pengumpulan informasi yang diperoleh baik itu melalui internal maupun eksternalnya untuk menentukan solusi yang memungkinkan dari proses pencarian difokuskan pada stimulus dalam menyeleksi masalah.

c). Evaluasi Alternatif

Setelah konsumen mengumpulkan informasi mengenai jawaban alternatif terhadap suatu kebutuhan, maka konsumen akan mengevaluasi pilihan dan menyederhanakan pilihan pada alternatif yang diinginkan.

d). Pembelian

konsumen melakukan pembelian berdasarkan alternatif yang dipilih keputusan pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, keputusan pembelian, waktu pembelian, tempat pembelian dan bagaimana cara pembayaran.

e). Hasil

Perilaku sesudah melakukan pembelian mempengaruhi pembelian ulang dan juga ucapan-ucapan pembeli kepada pihak lain tentang produk perusahaan tertentu.

## 2. Fanatisme

Fanatisme merupakan bentuk kecintaan atau kesenangan yang berlebihan terhadap satu jenis kegiatan. Baik itu dalam bidang politik, kebudayaan, agama dan diantaranya terhadap sebuah olah raga. Dalam kecintaan yang berlebihan bisa berdampak negatif dan ada pula berdampak positif.

Aspek-aspek fanatisme menurut Goddard (2001) diantaranya :

- a). Besarnya suatu minat dan kecintaan pada satu jenis kegiatan. dengan besarnya sikap fanatisme seseorang akan memotivasi dirinya sendiri untuk lebih meningkatkan usahanya dalam mendukung *club* favoritnya.
- b). Sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tersebut. Hal ini merupakan esensi yang sangat penting mengingat ini adalah merupakan jiwa atau sikap seorang *fans club* untuk memulai sesuatu yang dilakukan.
- c). Lamanya individu menekuni satu jenis kegiatan tertentu. Dalam melakukansesuatu haruslah ada perasaan yang senang dan bangga terhadap apa yang dikerjakan dan sesuatu hal tersebut lebih bermakna jika mempunyai rasa kecintaan terhadap apa yang dilakukan.
- d). Motivasi yang datang dari keluarga juga dapat mempengaruhi seseorang pada kegiatannya. Fanatisme juga dapat muncul dari dukungan keluarga.

### 3. Harga Diri

Harga diri adalah proses evaluasi yang ditunjukkan individu pada diri sendiri dimana nantinya berkaitan dengan proses penerimaan individu terhadap dirinya. Evaluasi dalam hal ini digambarkan bagaimana penilaian individu tentang dirinya sendiri. Menunjukkan penghargaan dan pengakuan atau tidak, serta menunjukkan sejauh mana individu itu merasa mampu, sukses, dan berharga.

Karakteristik harga diri menurut Coopersmith (1967) karakteristik yaitu :

a. Memiliki sikap menerima

Individu yang memiliki penilaian positif terhadap dirinya yang ditunjukkan oleh kemampuan individu bahwa dirinya diterima oleh lingkungannya, merasa dibutuhkan orang lain, menerima diri dengan apa adanya dan bersyukur dengan apa yang dimiliki.

b. Memiliki rasa percaya diri

Sikap positif yang dimiliki individu yang mampu mengembangkan penilaian positif terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan dan situasi yang dihadapinya.

c. Merasa diri mampu

Individu yang memiliki perasaan mampu terhadap dirinya dan memiliki sikap optimis dalam menghadapi masalah kehidupan.

d. Merasa diri penting

Perasaan yang merasa diri penting muncul dari dalam diri individu yang memandang penting dirinya dan didukung dengan penilaian yang positif dari lingkungannya

e. Memiliki keinginan untuk sukses

Keinginan yang dimiliki individu untuk mencapai suatu impian yang dapat menghasilkan prestasi yang membanggakan.

f. Merasa berarti

Memiliki rasa kepedulian dengan lingkungan sekitar dan dapat berempati dengan kesusahan yang dialami orang lain dan adanya penilaian didalam individu

#### **D. Populasi dan Subjek Penelitian**

Populasi menurut Azwar (2010) adalah kelompok subjek yang hendak digeneralisasikan hasil penelitian. Kelompok subjeknya harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek yang lain. Ciri yang dimaksud tidak hanya sebatas pada ciri lokasi akan tetapi dapat terdiri dari karakteristik-karakteristik individu. Dalam penelitian ini jumlah populasi keseluruhannya adalah 821 *fans club* yang terdiri dari lima komunitas *club liga Serie A Italia Region Pekanbaru*.

Besar jumlah sampel dalam penelitian menurut pendapat Crocker dan Algina (dalam Azwar, 2012) menyebutkan standar sampel penelitian yang memadai adalah 200 subjek. Jadi, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 200 subjek *fans club* bola liga serie A Italia region Pekanbaru.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *sampling kuota*, teknik *sampling kuota* merupakan teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan (Martono, 2012). Adapun karakteristik subjek dalam penelitian ini yaitu *fans club* bola yang menyukai liga serie A Italia, *fans club* bola yang setia pada *club* yang didukungnya, *fans club* bola yang terdaftar namanya dalam membership, *fans club* bola yang masih aktif dalam kegiatan nonton bareng atau futsal, *fans club* bola yang tidak tercantum namanya di member region lain selain Pekanbaru, lokasi yang menjadi tempat penelitian subjek yaitu *fans club* liga Serie A Italia di Pekanbaru.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang ditelitinya dengan tujuan untuk mengungkap fakta mengenai variabel yang diteliti dan untuk mengetahuinya haruslah menggunakan metode atau cara-cara yang efisien dan akurat (Azwar, 2010).

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif dengan skala. Skala ini menyediakan alternatif jawaban menggunakan skala likert yang diberi skor

untuk setiap jawaban responden dimulai dari satu sampai empat. penskoran untuk penelitian favorabel yaitu:

1. Sangat Setuju (SS) diberi skor 4
2. setuju (S) diberi skor 3
3. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
4. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

Sedangkan penskoran untuk penelitian unfavorabel yaitu :

1. Sangat Setuju (SS) diberi skor 1
2. setuju (S) diberi skor 2
3. Tidak Setuju (TS) diberi skor 3
4. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 4

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini menggunakan tiga skala yaitu, skala pengambilan keputusan pembelian, fanatisme dan harga diri.

1. Skala pengambilan keputusan pembelian merupakan skala modifikasi dari skala penelitian Titin Sumarni dengan judul Hubungan antara konformitas dengan proses pengambilan keputusan membeli berdasarkan pada tahapan-tahapan pengambilan keputusan pembelian dari Engel (1995) seperti.
  - a). Pengenalan kebutuhan
  - b). Pencarian informasi
  - c). Evaluasi alternatif
  - d). Pembelian
  - e). Hasil



**Tabel 3.1 Blue Print Aitem-Aitem Pengambilan Keputusan Pembelian Sebelum Try Out**

No.	Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	Sebaran Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Pengenalan Kebutuhan	1,2,19,29	3, 30, 31	7
2.	Pencarian Informasi	12,13,15,17,18 23,25,27	7,28,32	11
3.	Evaluasi Alternatif	6,14,38	9,11,22	6
4.	Pembelian	8,16,21,26,37	4, 33, 35	8
5.	Hasil	10,20,24	5,34, 36	6
Jumlah				38

2. Skala fanatisme yang dibuat sendiri oleh peneliti didasarkan pada aspek-aspek fanatisme dari Goddard (2001) seperti.

- a) Besarnya minat dan kecintaan pada satu jenis kegiatan
- b) Sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tersebut
- c) Lamanya individu menekuni satu jenis kegiatan tertentu
- d) Dukungan dari keluarga terhadap kegiatan individu

**Tabel 3.2 Blue Print Aitem-Aitem Fanatisme Sebelum Try Out**

No.	Dimensi Fanatisme	Sebaran Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Besarnya Minat Dan Kecintaan	1,8,14,11	5,12,23	7
2.	Sikap Pribadi	4,16,25	6,18,22,24	7
3.	Lamanya Individu Menekuni Kegiatan	3,9,17	7,13	5
4.	Dukungan dari Keluarga	10, 15, 20	2,19,21	6
Jumlah				25

3. Skala harga diri merupakan skala modifikasi dari skala penelitian Indriana dengan judul Hubungan harga diri dengan subjective well being pada remaja akhir berdasarkan pada aspek-aspek harga diri dari teori Coopersmith (1967) seperti :

- a). Memiliki sikap menerima
- b). Memiliki rasa percaya diri
- c). Merasa diri mampu
- d). Merasa diri penting
- e). Memiliki keinginan untuk sukses
- f). Merasa berarti

**Tabel 3.3 Blue Print Aitem-Aitem Harga Diri Sebelum Try Out**

No.	Dimensi HargaDiri	Sebaran Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Memiliki sikap menerima	6, 33, 35	34, 36,37	6
2.	Memiliki rasa percaya diri	5,23,28	3,8,24	6
3.	Merasa diri mampu	1,4,7	2,9,11	6
4.	Merasa diri penting	10,25,29	14,16,19,20	7
5.	Memiliki keinginan untuk sukses	12,26,30	13,27,31	6
6.	Merasa berarti	15,17,32	18,21,22	6
Jumlah				37

## F. Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Coba Alat Ukur

Dalam penelitian ini baik skala pengambilan keputusan pembelian, skala fanatisme dan skala harga diri akan dilakukan uji coba (*try out*) terlebih dahulu sebelum digunakan untuk penelitian yang sebenarnya. Uji coba tersebut dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas suatu alat ukur. Setelah melakukan uji coba maka selanjutnya diskor dan melakukan pengujian validitas dan realibilitas dengan bantuan *SPSS Version 18,0 for Windows*.

Uji coba alat ukur (*try out*) dilakukan dengan cara memberikan skala kepada subjek. Dalam hal ini jumlah subjek yang digunakan untuk *try out* adalah sebanyak 100 orang. Adapun subjek dalam melakukan *try out* ini memiliki

kemiripan dengan *fans club* bola, salah satunya adalah subjek menyukai sepak bola atau mempunyai *merchandise* bola (*jersey*). Adapun tempat penyebaran skala *try out* dilakukan di kampus maupun di luar kampus. Uji coba ini dilaksanakan pada tanggal 1 sampai 17 Juni 2014.

## **2. Validitas**

Validitas dapat diartikan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan kualitas fungsi ukurnya. Dalam penelitian ini, uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi, yaitu validitas yang menunjukkan sejauhmana aitem-aitem dalam skala mencakup keseluruhan kawasan isi objek yang hendak diukur oleh skala tersebut (Azwar, 2010). Validasi ini diukur menggunakan *professional judgment* yang dilakukan oleh dosen pembimbing dan narasumber penelitian.

## **3. Diskriminasi Aitem**

Indeks diskriminasi aitem yaitu kemampuan aitem dalam membedakan antara subjek yang dimiliki atribut yang hendak diukur dan tidak memiliki atribut yang hendak diukur. Selain itu, indeks diskriminasi merupakan indikator keselarasan atau konsistensi antara fungsi aitem dengan fungsi skala secara keseluruhan yang dikenal dengan konsistensi aitem total. Pengujian daya diskriminasi aitem menghendaki dilakukannya komputasi korelasi antara distribusi antara skor skala itu sendiri. Komputasi ini akan menghasilkan koefisien korelasi aitem total, yang dikenal dengan parameter daya aitem (Azwar, 2010).

Menurut Azwar (2010), apabila aitem yang memiliki indeks diskriminasi aitem kurang dari pada 0.30 dianggap sebagai tidak memuaskan. Daya beda setiap

aitem memiliki nilai yang rendah. Koefisien yang berkisar antara 0.30 sampai dengan 0.50 dianggap memberikan kontribusi yang baik Cronbach (dalam Azwar, 2010), artinya daya beda setiap aitem memiliki nilai yang tinggi. Namun apabila jumlah aitem tidak mencukupi sebagai jumlah yang diinginkan, maka batas kriteria bisa diturunkan menjadi 0.25. Uji daya diskriminasi dalam penelitian ini dianalisa menggunakan program *SPSS version 18,0 for Windows* dengan acuan koefisien korelasi antar aitem besar dari 0,30 untuk masing-masing skala penelitian.

Setelah mendapatkan nilai koefisien antar aitem, maka terdapat beberapa aitem yang diterima dan yang gugur untuk masing-masing skala. Berikut ini adalah gambaran aitem yang diterima dan gugur pada masing-masing skala.

a. Skala pengambilan keputusan pembelian

**Tabel 3.4 Distribusi Aitem-Aitem Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Yang Diterima Dan Gugur**

No	Dimensi pengambilan keputusan pembelian	Sebaran Aitem				Total
		<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>		
		Diterima	Gugur	Diterima	Gugur	
1.	Pengenalan kebutuhan	1	2,19,29	30,31	3	7
2.	Pencarian informasi	15	7,18,23, 25,27	28,32	7	11
3.	Evaluasi alternatif	14,38	6	9,11	22	6
4.	Pembelian	16,37	8,21,26	33,35	4	8
5.	Hasil	10,20	24	34	5,36	6
	Jumlah	8	15	9	6	38

Setelah dilakukan uji coba alat ukur (*try out*) skala pengambilan keputusan pembelian dengan melihat koefisien korelasi antar aitem besar dari 0.30 maka terdapat 17 aitem yang diterima dan 21 aitem yang gugur. Berdasarkan aitem-

aitem yang diterima, maka dapat disusun *blue print* skala pengambilan keputusan pembelian yang digunakan untuk penelitian dengan rincian sebagai berikut :

**Tabel 3.5 Distribusi Aitem-Aitem Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Yang Diterima**

No.	Dimensi pengambilan keputusan pembelian	Sebaran Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Pengenalan kebutuhan	1	30,31	3
2.	Pencarian informasi	15	28,32	3
3.	Evaluasi alternatif	14,38	9,11	4
4.	Pembelian	16,37	33,35	4
5.	Hasil	10,20	34	3
	Jumlah	8	9	17

**Tabel 3.6 Blue Print Skala Penelitian Pengambilan Keputusan Pembelian**

No.	Dimensi pengambilan keputusan pembelian	Sebaran Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Pengenalan kebutuhan	6	2,7	3
2.	Pencarian informasi	1	8,10	3
3.	Evaluasi alternatif	3,9	11,13	4
4.	Pembelian	4,12	14,16	4
5.	Hasil	5,15	17	3
	Jumlah			17

b. Skala Fanatisme

**Tabel 3.7 Distribusi Aitem-Aitem Skala Fanatisme Yang Diterima Dan Gugur**

No.	Aspek fanatisme	Sebaran Aitem				Total
		<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>		
		<i>Diterima</i>	<i>Gugur</i>	<i>Diterima</i>	<i>Gugur</i>	
1.	Besarnya minat dan kecintaan	8,11	1,14	5,12,23	-	7
2.	Sikap pribadi	4,16,22	25	6,18,24	-	7
3.	Lamanya individu menekuni kegiatan	3,17	9	7,13	-	5
4.	Dukungan dari keluarga	10,20	15	2,19,21	-	6
	Jumlah					25

Setelah dilakukan uji coba alat ukur (*try out*) skala fanatisme, maka terdapat 20 aitem yang diterima dan 5 aitem yang gugur. Berdasarkan aitem-aitem

yang diterima, maka disusun *blue print* skala fanatisme yang baru untuk penelitian dengan rincian sebagai berikut.

**Tabel 3.8 Distribusi Aitem-Aitem Skala Fanatisme Yang Diterima**

No.	Aspek fanatisme	Sebaran Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Besarnya minat dan kecintaan	8,11	5,12,23	5
2.	Sikap pribadi	4,16,22	6,18,24	6
3.	Lamanya individu menekuni kegiatan	3,17	7,13	4
4.	Dukungan dari keluarga	10,20	2,19,21	5
	Jumlah			20

**Tabel 3.9 Blue Print Skala Penelitian Fanatisme**

No.	Aspek fanatisme	Sebaran Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Besarnya minat dan kecintaan	1,12	2,5,11	5
2.	Sikap pribadi	3,10,13	4,6,8	6
3.	Lamanya individu menekuni kegiatan	7,17	9,15	4
4.	Dukungan dari keluarga	14,19	16,18,20	5
	Jumlah			20

c. Skala Harga Diri

**Tabel 3.10 Distribusi Aitem-Aitem Skala Harga Diri Diterima Dan Gugur**

No	Dimensi Harga Diri	Sebaran Aitem				Total
		<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>		
		Diterima	Gugur	Diterima	Gugur	
1.	Memiliki sikap menenrma	6,33,35	-	34	36,37	6
2.	Memiliki rasa percaya diri	5	23,28	3,8	24	6
3.	Merasa diri mampu	4	1,7	2,11	9	6
4.	Merasa diri penting	25	10,29	14,16,19	20	7
5.	Memiliki keinginan untuk sukses	12,30	26	13,27	31	6
6.	Merasa berarti	32	15,17	18,21	22	6
	Jumlah	9	9	12	7	37

Setelah dilakukan uji coba alat ukur (*try out*) skala harga diri, maka terdapat 21 aitem yang diterima dan 16 aitem yang gugur. Berdasarkan aitem-aitem yang

diterima, maka dapat disusun *blue print* skala harga diri yang digunakan untuk penelitian dengan rincian sebagai berikut.

**Tabel 3.11 Distribusi Aitem-Aitem Skala Harga Diri Yang Diterima**

No.	Dimensi harga diri	Sebaran Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Memiliki sikap menenrma	6,33,35	34	4
2.	Memiliki rasa percaya diri	5	3,8	3
3.	Merasa diri mampu	4	2,11	3
4.	Merasa diri penting	25	14,16,19	3
5.	Memiliki keinginan untuk sukses	12,30	13,27	4
6.	Merasa berarti	32	18,21	3
	Jumlah	9	12	21

**Tabel 3.12 Blue Print Skala Penelitian Harga Diri**

No.	Dimensi harga diri	Sebaran Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Memiliki sikap menenrma	1,13,15	2	4
2.	Memiliki rasa percaya diri	3	4,14	3
3.	Merasa diri mampu	5	6,16	3
4.	Merasa diri penting	7	8,17,19	3
5.	Memiliki keinginan untuk sukses	9,18	10,20	4
6.	Merasa berarti	11	12,21	3
	Jumlah	9	12	21

#### 4. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu teknik untuk melihat seberapa jauh skala dapat memberikan hasil yang konstan (*ajeg*) dalam suatu pengukuran. Reliabilitas dinyatakan dalam koefisien reliabilitas yang angkanya berada pada rentang 0.00 sampai 1.00. Koefisien yang mendekati angka 1.00 menunjukkan reliabilitas alat ukur yang semakin tinggi (Azwar, 2010). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS Version 18.00 for Windows*.

Setelah melakukan uji reliabilitas terhadap data *try out*, maka dapat digambarkan reliabilitas dari setiap variabel penelitian adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.13 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Aitem	Jumlah Subjek	<i>Crobach's Alpha</i>
Pengambilan keputusan pembelian	17	100	0.870
Fanatisme	20	100	0.858
Harga diri	21	100	0.859

### G. Metode Analisis Data

Berdasarkan hipotesis yang diajukan maka metode analisis data yang digunakan adalah *korelasi regresi berganda* digunakan untuk menguji ada tidaknya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Yaitu, ada tidaknya hubungan fanatisme terhadap pengambilan keputusan pembelian *jersey* bola pada *fans club* bola liga *seri A Italia* region Pekanbaru, ada tidaknya hubungan harga diri terhadap pengambilan keputusan pembelian *jersey* bola pada *fans club* bola liga *seri A Italia* region Pekanbaru dan Kemudian data dianalisis secara kuantitatif dengan bantuan menggunakan program *SPSS versi 18.0 for windows*.

### H. Jadwal Penelitian

**Tabel 3.14 Jadwal Penelitian**

No.	Nama Kegiatan	Tanggal
1.	Seminar Proposal	31 April 2014
2.	<i>Try Out</i>	1 – 17 Juni 2014
3.	Penelitian	18 Juni – 24 July 2014
4.	Seminar Hasil	10 Desember 2014
5.	Ujian Munaqasyah	29 April 2015