

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, penulis memilih pendekatan metode penelitian kuantitatif. Menurut S.Margono dalam buku (Samsu,S.Ag.,M.Pd.I. 2017), penelitian kuantitatif adalah suatu proses menumbuhkan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menemukan kebenaran mengenai hal yang ingin kita ketahui. Peneliti memiliki alasan khusus dalam pemilihan metode penelitian kuantitatif pada penelitian ini dikarenakan penggunaan metode penelitian kuantitatif dinilai memiliki keunggulan dalam hal efisiensi. Penggunaan sampel guna untuk pemecahan permasalahan dengan memberikan penjelasan yang lebih tepat terhadap fakta yang dihadapi. Metode penelitian kuantitatif didalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Batam Cipta Industri.

3.2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat replikasi yang berarti variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada teori penelitian sebelumnya.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menentukan obyek penelitian pada salah satu perusahaan developer yang terdapat di Kota Batam, yaitu tepatnya pada perusahaan PT Batam Cipta Industri yang beralamat di Komplek Taman Bukit Golf Blok D1 No. 33 Sei Panas, Batam.

3.3.2. Periode Penelitian

Uraian penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2021 hingga Januari 2022.

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	Bulan					
		SEP	OKT	NOV	DES	JAN	FEB
1	Pengajuan judul	■					
2	Perumusan Masalah	■					
3	Studi Pustaka		■				
4	Penentuan Hipotesis		■	■			
5	Penentuan Metode Penelitian			■			
6	Analisis Data			■			
7	Pengujian Hipotesis				■		
8	Analisis Hasil Pengujian				■	■	
9	Kesimpulan					■	
10	Sidang Skripsi						■

Sumber :Peneliti,2021

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dalam penelitian ini objek yang digunakan sebagai populasi adalah konsumen PT Batam Cipta Industri dengan jumlah 200 orang yang merupakan konsumen yang berkunjung ke kantor gallery marketing cahaya garden residence antara bulan maret hingga bulan agustus 2022.

3.4.2. Sampel

Populasi dalam penelitian ini berjumlah besar dan tidak memungkinkan peneliti melakukan penelitian secara mendetail dikarenakan adanya keterbatasan berupa dana, tenaga ataupun waktu, maka penggunaan sampel dari populasi tersebut diperbolehkan dalam suatu penelitian. Peneliti menggunakan rumus slovin guna menentukan jumlah sampel dari populasi yang diteliti.

$$n = \frac{n}{1 + N \cdot e^2}$$

Ket:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

E : Toleransi kesalahan yang diinginkan 5 %

Jumlah konsumen PT Batam Cipta Industri yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 orang dengan tingkat kepercayaan 95 % dan tingkat kesalahan sebesar 5 %.

Maka diperoleh n sebesar :

$$n = \frac{200}{1 + 200 \cdot (0,05)^2} = 133,33$$

= 134 responden

Jumlah sampel yang akan digunakan oleh peneliti sebagai responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 134 orang.

3.4.3. Teknik *Sampling*

Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampling yang disebut dengan teknik probability sampling pada penelitian ini. Teknik probability sampling merupakan teknik yang memberikan peluang yang sama kepada setiap unsur populasi dalam penelitian untuk dipilih menjadi anggota kelompok (Unaradjan 2019). Penulis menggunakan teknik simple random sampling yang sederhana dikarenakan pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa kriteria tertentu.

3.5. Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini terdiri atas dua bagian yaitu:

1. Data Primer

Sugiyono (2012:137) berpendapat bahwa data primer merupakan sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung tanpa adanya perantara(Gita Prastyanti 2017). Pada penelitian ini, peneliti memperoleh data primer melalui penyebaran kuesioner berupa hasil tanggapan atas kusioner yang diajukan peneliti kepada pembeli dan calon pembeli rumah dan ruko maupun dengan wawancara langsung kepada pembeli dan calon pembeli rumah dan ruko.

2. Data sekunder

Sugiyono (2012:137) berpendapat bahwa data sekunder merupakan sumber data yang memberikan data kepada peneliti secara tidak langsung atau adanya perantara(Gita Prastyanti 2017). Data sekunder pada penelitian ini diperoleh peneliti melalui studi kepustakaan berupa buku, jurnal-jurnal penelitian terdahulu dan internet yang terdapat keterkaitan dengan materi penelitian ini yaitu harga, promosi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian ialah :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara menyusun pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup dan harus diisi oleh responden dengan cara memilih salah satu alternatif jawaban yang tersedia. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden dengan mengirimkan via pesan elektronik. Peneliti menggunakan skala Likert dalam pembuatan kuesioner yang akan disebarakan kepada responden. Penggunaan skala likert dimaksudkan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terhadap fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel dan akan digunakan sebagai titik tolak dalam penyusunan item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan(Sugiyono 2008). Pada penelitian ini, peneliti memberikan skala 1 - 5. Angka satu atau merupakan skala terendah mempunyai arti sangat tidak setuju (STS) dan skala tertinggi ditunjukan dengan angka lima yang mempunyai arti sangat setuju (SS).

Tabel 3. 2 Skala Likert

Jawaban	Kode	Skor
Sangat Setuju	(SS)	5
Setuju	(S)	4
Netral	(N)	3
Tidak Setuju	(TS)	2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	1

2. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti melalui buku, majalah, jurnal ataupun berbagai literatur yang relevan dengan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui berbagai pengetahuan dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian.

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi Operasional Variabel adalah unsur-unsur dari sebuah penelitian yang menjelaskan bagaimana untuk mengukur suatu variabel. Variabel operasional tersebut dapat menunjukkan indikator - indikator yang menjadi pendukung dari variabel yang di teliti(Mulyati 2017).

3.7.1. Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono,2000) dalam buku (Anshori and Iswati 2019) , variabel penelitian merupakan sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini terdiri dari varian independen dan varian dependen. Varian

independen (X) ialah Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan sedangkan varian dependen (Y) ialah Keputusan Pemberian

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Independen Dan Dependen

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga adalah nilai yang harus dikeluarkan oleh seseorang untuk memperoleh manfaat atau memiliki serta menggunakan suatu produk atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 	Likert
Promosi (X2)	Promosi merupakan salah satu bentuk kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan kepada pasar untuk keberadaan suatu produk baru.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuantitas penayangan iklan pada media promosi. 2. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi 3. Jangkauan promosi 4. Penawaran hadiah untuk transaksi pembelian produk. 5. Penawaran khusus dalam jangka waktu tertentu. 	

Lanjutan tabel 3.3

Kualitas Pelayanan (X3)	kualitas pelayanan merupakan perbandingan perbedaan ekspektasi atau harapan pelanggan dengan kenyataan yang ada.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tangible (bukti fisik) 2. Reability (kehandalan) 3. Responsiveness (ketanggapan) 4. Assurance (jaminan) 5. Empathy (empati) 	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui akan kebutuhan 2. Sumber informasi 3. Evaluasi alternative 4. Melakukan pembelian 5. Perilaku setelah melakukan pembelian 	Likert

3.8. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu langkah penting dalam suatu penelitian yang akan menentukan ketepatan dan keabsahan hasil suatu penelitian. Perumusan

masalah dan pemilihan sampel yang tepat belum tentu akan memberikan hasil yang benar, apabila peneliti memilih teknik yang tidak sesuai dengan data yang ada. Sebaliknya, teknik yang benar dengan data yang tidak valid dan reliabel akan memberikan hasil yang berlawanan dengan kenyataan yang ada dilapangan(Prof. Dr. A. Muri Yusuf 2017). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data parametrik.

3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan statistik yang berguna untuk menganalisis suatu data dengan mendeskripsikan ataupun menggambarkan data dari obyek yang diteliti sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum(Tersiana 2018). Peneliti menggunakan bantuan Software Statistical Product and Service Solution atau lebih dikenal dengan SPSS guna mempermudah peneliti dalam melakukan perhitungan.

3.8.2. Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang bertujuan mengukur ketepatan penggunaan kuesioner dalam suatu penelitian(Sujono and Santoso 2017). Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner tersebut mampu menjadi tolak ukur dari sesuatu yang akan diukur menggunakan kuesioner tersebut (Putra 2020). Penulis menggunakan Korelasi Pearson Product Moment guna melakukan perhitungan korelasi tiap pertanyaan tersebut. Validitas suatu pertanyaan yang digunakan dalam pengumpulan data

penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap nilai variabel respon responden dengan nilai total masing-masing variabel dan hasil korelasi dibandingkan dengan nilai signifikansi 0,05. Rumus untuk mengkorelasikan menggunakan korelasi bivariate pearson yang dapat digunakan dalam uji validitas data dengan aplikasi SPSS. Adapun rumus uji validasi sebagai berikut :

Rumus 3. 1 Uji Validitas

$$r_{xy} = \frac{n \sum_{xy} - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum_x^2 - (\sum x)^2)(n \sum_y^2 - (\sum y)^2)}} \dots \dots (2)$$

Sumber: (Sujono, 2017:30)

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

x = skor pertanyaan tiap nomor

y = jumlah skor total pertanyaan

n = jumlah responden

Variasi pertanyaan secara signifikan berkorelasi dengan skor total yang menunjukkan bahwa butir pertanyaan dalam penelitian ini dapat membantu mendapati hasil yang diinginkan. Kriteria pengujian ialah:

- a. Apabila $r_{xy} \geq r$ tabel (uji dua pihak dengan sig. 0,05) maka item-item pertanyaan dalam penelitian ini berkorelasi signifikan terhadap total nilai (dinyatakan valid).
- b. Apabila $r_{xy} < r$ tabel (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka item-item pertanyaan dalam penelitian ini tidak berkorelasi signifikan terhadap total nilai (dinyatakan tidak valid).

3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang berperan dalam pengukuran kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Gita Prastyanti 2017). Kuesioner dalam suatu penelitian dinyatakan reliabel atau handal apabila jawaban terhadap pertanyaan itu konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Dengan memanfaatkan salah satu fitur yang terdapat pada SPSS, yaitu pengujian *statistic Cronbach Alpha (a)*, dengan kriteria bahwa suatu variabel penelitian dinyatakan reliabel apabila *statistic Cronbach Alpha (a)* > 0.60 (Rohmawati 2018).

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi dilakukan agar dapat mengetahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas dan uji multikolinearitas (Pelayanan & Dan, 2020:523).

3.8.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data pada variabel bebas dan variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak normal (Vincentius Ade Arianto Cipto Putra 2020). Peneliti memutuskan uji normalitas pada penelitian ini menggunakan histogram dan grafik normal *probability plots* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif data normal. Data dalam penelitian dinyatakan berdistribusi normal jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ini bertujuan melakukan pengujian ada tidaknya hubungan yang signifikan pada variabel-variabel bebas. Model regresi seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen. Jika terdapat hubungan yang signifikan berarti terdapat kesamaan aspek yang diukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen (Vincentius Ade Arianto Cipto Putra 2020).

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis kuantitatif merupakan riset yang cara pengolahan datanya dihitung menggunakan analisis sistematis. Menurut Hair, et. al (2010) analisis regresi berganda adalah suatu pemilihan metode analisis yang tepat apabila didalam suatu penelitian hanya melibatkan satu variabel terikat yang diperkirakan memiliki hubungan dengan satu atau lebih variabel bebas.

Rumus 3. 2 Regresi Linear Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Sumber: (Handoko 2017)

Dimana Y merupakan variabel dependen/variabel respons, a yaitu nilai konstanta, b yaitu nilai koefisien regresi, X1 yaitu variabel independen pertama, X2 yaitu variabel independen kedua, X3 yaitu variabel independen ketiga, dan Xn yaitu variabel independen ke - n.

3.8.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien korelasi berganda bertujuan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara tiga variabel atau lebih dan untuk mengetahui kontribusi yang diberikan secara simultan oleh variabel X1, X2, dan X3 terhadap nilai variabel Y dan kontribusi secara parsial yang diberikan oleh variabel X1 terhadap Y, X2 terhadap Y, serta X3 terhadap Y (Lestari, Farida, and Chamidah 2020)

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji T (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Handoko 2017). Pengujian uji t dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS dengan kriteria penilaian sebagai berikut: (Halin 2018)

1. Jika besarnya probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima.
2. Jika besarnya probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_a ditolak.

Pengujian signifikansi uji t dapat dilakukan pengujian dengan rumus sebagai berikut:

Rumus 3. 3 Uji t

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: (Lestari et al. 2020)

Keterangan:

t = nilai t hitung

n = jumlah responden

r = koefisien korelasi hasil r hitung

3.9.2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Handoko 2017). Pengujian uji F dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

1. Jika besarnya probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima.
2. Jika besarnya probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_a ditolak.

Pengujian signifikansi uji F dapat dilakukan pengujian dengan rumus (Lestari et al., 2020:44) sebagai berikut:

Rumus 3. 4 Uji F

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Sumber: (Lestari et al. 2020)

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel