

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan kuantitatif sebagai pendekatannya. Penelitian kuantitatif ialah yang hasilnya diperoleh dengan menggunakan proses statistika yang perhitungannya bertumpu pada pengukuran-pengukuran pada data yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *independen* yaitu kualitas pelayanan, promosi dan kualitas produk terhadap variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.

3.2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian disini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang variabelnya serupa atau hal lainnya yang juga serupa, dan letak perbedaannya berada pada subjek yang diteliti atau pada perusahaan yang diteliti dan juga periode waktu dalam menganalisisnya.

3.3. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian ini dilakukan di Ruko Hawaii Garden Blok B No.03 Kelurahan Belian Kecamatan Batam Kota, Kabupaten/Kota Batam.

3.3.2. Jadwal Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini kurang lebih selama 6 bulan dari September sampai dengan Februari 2022. Lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel 3.1 Jadwal Penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan																							
		Tahun 2021-2022																							
		September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1.	Pengajuan dan Input judul				■																				
2.	Penyelesaian Proposal dan Revisi					■	■	■	■	■	■	■	■												
3.	Penyusunan dan Sebar Kuesioner													■	■	■	■								
4.	Pengumpulan dan pengolahan data														■	■	■								
5.	Penyelesaian Skripsi																	■	■	■	■	■	■	■	■
6.	Penyerahan Skripsi																					■	■	■	■
7.	Upload Jurnal																					■	■	■	■

Sumber: Peneliti, 2021

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1. Populasi Penelitian

Menurut Sujarweni (2019: 105) Populasi ialah semua objek atau subjek yang akan diteliti tanpa adanya pengurangan atau pengelompokan tertentu yang mana sifatnya sesuai dengan apa yang ingin diteliti oleh peneliti, namun acap kali

populasi jumlahnya sangat banyak dan sulit untuk diperhitungkan serta diteliti keseluruhannya, yang dijadikan populasi adalah keseluruhan pembeli yang telah melakukan pembelian rumah di PT Prima karya Asih Batam di periode tahun 2018 hingga tahun 2020 yaitu sejumlah 973 orang.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel ialah sebagian kecil dari jumlah keseluruhan subjek atau objek yang akan diteliti, atau dengan kata lain ialah sebagian kecil dari populasi yang sudah di generalisasi atau dikelompokkan ke bagian tertentu untuk dipelajari dan kemudian dibuat kesimpulan (Sugiarto, 2017: 137).

Sampel disini dikumpulkan dengan menggunakan pengambilan yang dilakukan secara acak yang mana setiap subjek kesempatannya sama tanpa memandang terjadi pemilihan dari sampel tertentu, lalu jumlah dari sampel ini sendiri diperhitungkan menggunakan rumus slovin (Siregar, 2017: 57).

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)} \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Slovin}$$

Keterangan :

n = jumlah anggota sampel

N = jumlah anggota populasi

e = *Error level* (tingkat kesalahan 10% atau 0,10)

Dengan menggunakan rumus slovin di atas, maka jumlah sampel dapat di hitung sebagai berikut:

$$n = \frac{973}{1 + (973 \times 0,1^2)}$$

$$n = 99.89$$

3.4.3. Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik penelitian ini menggunakan teknik random sampling dimana menurut Sujarweni (2019: 109) *Simple Random Sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi, disini jumlah sampel dibatasi menjadi sejumlah 100 sampel (pembulatan keatas dari 99.89) dengan masing masing sampel memiliki kesempatan yang sama dan secara acak dalam pemilihannya.

3.5. Sumber Data

peneliti memperoleh data yang akan dipergunakan dengan menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung tanpa menggunakan perantara apapun yang sudah ditetapkan sebelumnya, pengertian data primer ialah data yang didapatkan tanpa menggunakan pihak ketiga atau pihak-pihak lainnya yang mana peneliti langsung datang ke objek atau subjek yang diteliti nya dan meminta atau mendapatkan data tersebut yang dimaksudkan data disini adalah data hasil wawancara ataupun data angket (Sugiarto, 2017: 178).

3.6. Metode Pengumpulan Data

3.6.1. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiarto, 2017) Metode kuesioner ialah pendataan yang dikumpulkan untuk pendapatan data primer yang yang diberlakukan antara penganailisis dengan subjek analisis. kuesioner ini dipergunakan dikarenakan menyimpan banyak keuntungan, diantaranya: efektif, tidak memakan biaya, efisien dan akurat. Teknik yang dipergunakan untuk mendapatkan data ialah melalui

kuesioner yang dibentuk menggunakan perantara Google form yang disebarkan ke responden PT Prima Karya Asih Batam.

3.6.2. Alat Pengumpulan Data

Setelah kuesioner tersebar, responden akan diberikan 5 penilaian yang dapat dipergunakan dalam menaraf seberapa setuju responden dengan pernyataan yang diajukan, taraf ini dimulai pada skor terkecil atau satu yang menandakan bahwa responden sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan dan berlanjut ke taraf 5 atau tertinggi yang mana pernyataan sesuai dengan apa yang dirasakan responden:

Tabel 3.2. Skala likert

Pernyataan	Kode	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	ST	5

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1. Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 antara lain variabel *dependen* (terikat) dan variabel *independen* (bebas).

3.7.1.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu alasan bagi calon pembeli menjadi pembeli, bagaimana calon pembeli dilayani akan menentukan impresi dari pembeli akan produk yang dijual. Sehingga menjadikan pelayan bermutu terhadap yang paham akan apa yang diperjualbelikan sangatlah dibutuhkan agar informasi yang

dibutuhkan pembeli dapat tersalurkan dengan baik dan kebutuhan calon pembeli dapat terpenuhi. Dalam variabel ini dipergunakan skala pengukuran Likert dalam mengukur bagaimana promosi di PT Prima Karya Asih, dan dalam penelitian ini juga menggunakan indikator kesiapan petugas, antusiasme, kecepatan respon, kejelasan dan impresi

3.7.1.2. Promosi

Promosi acap kali menjadi pemicu bagi calon pembeli untuk menjadi pembeli, alasanya selain memenuhi kebutuhan, pembeli juga akan merasa diuntungkan ketika membeli dalam bentuk promo menarik, seperti potongan harga, bonus pembelian dan sejenisnya. Promosi yang tepat juga dapat menemukan calon pembeli pasif yang sibuk atau kurang aktif dalam mencari produk yang sebetulnya mereka butuhkan, dengan frasa yang *catchy* atau tampilan yang mencolok juga dapat menarik perhatian orang-orang yang mungkin beberapa tahun kemudian akan menjadi pembeli, dengan tujuan agar menanamkan pengetahuan pada mereka bahwa produk ini ada dan tepat untuk dipilih karena beberapa kelebihan yang dicantumkan dalam promosi.

Dalam variabel ini dipergunakan skala pengukuran Likert dalam mengukur bagaimana promosi di PT Prima Karya Asih, dan dalam penelitian ini juga menggunakan indikator ketertarikan, ketepatan waktu, relevansi, syarat dan ketentuan serta persebaran promosi.

3.7.1.3. Kualitas Produk

Kualitas Produk merupakan penentu akhir apakah calon pembeli akan berubah menjadi pembeli, atau bahkan menjadi pengiklan mandiri yang akan

merekomendasikan produk ke orang terdekatnya didasari oleh kepuasan yang sebelumnya didapatkan. Mengingat produk yang diujikan merupakan rumah, maka tentu pembeli akan berpikir panjang sebelum menentukan keputusannya, apakah kualitas dari produk sesuai dengan promo yang didapatkan, atau seperti yang dikatakan didalam reklame, dan sesuai dengan nominal yang dikeluarkan.

Dalam variabel ini dipergunakan skala pengukuran Likert dalam mengukur bagaimana kualitas produk di PT Prima Karya Asih, dan dalam penelitian ini juga menggunakan indikator model, kualitas, kondisi jalan, sistem drainase dan lingkungan

3.7.2. Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel *dependen* merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas (Sujarweni, 2020: 75).

3.7.2.1. Keputusan Pembelian Rumah

Keputusan pembelian rumah datang dari beberapa hal seperti rekomendasi, promosi, faktor pekerjaan dan lain-lain. Namun hal yang sama dari seluruh variabel itu ialah pembeli membeli rumah karena kebutuhan, hanya saja dimana pembeli membeli rumah itu menjadi pertanyaan yang diharapkan untuk dijawab oleh setiap perusahaan properti. Maka kepuasan pembeli menjadi pilar utama untuk mendatangkan pembeli yang jauh lebih banyak lagi, dan apa yang bisa dilakukan perusahaan adalah membuat calon pembeli memutuskan untuk menjadi pembeli melalui variabel yang telah ditentukan.

Dalam variabel ini dipergunakan skala pengukuran Likert dalam mengukur bagaimana kualitas produk di PT Prima Karya Asih, dan dalam penelitian ini juga

menggunakan indikator Ketepatan, Rekomendasi Penawaran, Bentuk, Model dan Lingkungan.

Tabel 3.3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan salah satu alasan bagi calon pembeli menjadi pembeli, bagaimana calon pembeli dilayani akan menentukan impresi dari pembeli akan produk yang dijual, menjadikan pelayan bermutu yang paham akan apa yang dipejual belikan sangatlah dibutuhkan agar informasi yang dibutuhkan pembeli dapat tersalurkan dengan baik dan kebutuhan calon pembeli dapat terpenuhi (Hertati <i>et al.</i> , 2020).	1. Keandalan (<i>reliability</i>), 2. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 3. Empati (<i>emphaty</i>) 4. Bukti nyata (<i>tangible</i>), 5. Jaminan (<i>assurance</i>)	Skala Likert
2	Promosi (X2)	Promosi acap kali menjadi pemicu bagi calon pembeli untuk menjadi pembeli, alasanya selain memenuhi kebutuhan, pembeli juga akan merasa diuntungkan ketika membeli dalam bentuk promo menarik, seperti potongan harga, bonus pembelian dan sejenisnya (Tarmizi, 2018)	1.Iklan 2.Penjualan personal 3.Promosi penjualan 4.Hubungan pelanggan 5.Pemasaran langsung	Skala Likert

Tabel 3.3 Lanjutan

3	Kualitas Produk (X3)	Kualitas Produk merupakan penentu akhir apakah calon pembeli akan berubah menjadi pembeli, atau bahkan menjadi pengiklan mandiri yang akan merekomendasikan produk ke orang terdekatnya didasari oleh kepuasan yang sebelumnya didapatkan (Prasetyo & Arista, 2018)	1. Kinerja produk (<i>performance</i>) 2. Daya Tahan (<i>durability</i>) 3. Kemampuan diperbaiki (<i>serviceability</i>) 4. Keindahan tampilan produk (<i>aesthetic</i>) 5. Kualitas yang dirasakan (<i>perceived quality</i>)	Skala Likert
4	Keputusan Pembelian (Y)	kepuasan pembeli menjadi pilar utama untuk mendatangkan pembeli yang jauh lebih banyak lagi, dan apa yang bisa dilakukan perusahaan adalah membuat calon pembeli memutuskan untuk menjadi pembeli melalui variabel yang telah ditentukan (Viola De Yusa, 2018)	1. Keinginan Suatu Produk 2. Mengevaluasi Sebelum Membeli 3. Hasil dari Keputusan Pembelian 4. Kepuasan Konsumen 5. Loyal terhadap Produk	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2021)

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisa deskriptif ialah analisa yang diperlakukan untuk memaparkan data yang kemudian dapat dijadikan informasi data yang diterangkan akan dideskripsikan atau bersatu melalui ragam cara (Sugiarto, 2017). ketika keadaan mempertunjukkan bahwa jawabn sementara bernilai nol, maka analisa ini bisa digeneralisir, dikrenakan deskripti mempergunakan lebih dari satu variabel yang sifatnya satuan, uji ini hanya sebagai pembanding atau penghubung.

3.8.2. Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas

Validitas yang berarti akurat atau tepat yang mana disini data yang valid ialah data yang dapat dikatakan tepat dengan pengukuran yang telah ditentukan, dalam penelitian ini pengukuran yang telah ditentukan (Sugiarto, 2017). Cara dalam memahami apakah data yang dipergunakan sudah tepat dan sesuai ialah dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf signifikan 5%.

3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Pengujian andal (*reliabel*) digunakan untuk mengetahui hasil pengukuran. Dengan demikian uji reliabilitas data dan uji validnya data tidak menguji suatu hal yang serupa karena validitas menyatakan keakuratan atau ketepatan sedangkan reliabilitas menyatakan ketelitian atau konsisten data (Sugiarto, 2017). Pengujian Uji keandalan dilakukan dengan penyandingan nilai $\alpha > 0,60$ data dikatakan bisa *reliabel* bilamana data yang disandingkan $> 0,60$ (Sujarweni, 2019).

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada uji regresi linier berganda dengan tujuan untuk mendapatkan beberapa pengukuran salah satunya nilai konstanta atau ketika satu variabel meningkat dapat dilakukan pengukuran pada variabel lain (Kurniawan, 2019).

3.8.3.1. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah populasi data berdistribusi secara normal atau tidak, hasil yang baik ialah jika distribusi data tersebut normal. Disini

dilakukan 3 uji untuk menentukan kenormalan suatu data yaitu dengan menggunakan histogram, kolmogorov (Kurniawan, 2019).

Adapun dasar pengambilan keputusan uji normalitas ini diantaranya:

- a. Ketika hasil signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka dapat dikatakan atau diasumsikan normalitas didalam model regresi sudah dipenuhi atau distribusinya normal.
- b. Ketika hasil signifikansi (Sig.) $< 0,05$ maka dapat dikatakan atau diasumsikan normalitas didalam model regresi tidaklah dipenuhi atau distribusinya tidak normal.

3.8.3.2. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk memperlihatkan hubungan yang terjadi antar variabel, ketika terdapat hubungan korelatif satu variabel dengan yang lainnya maka variabel *independen* dan *dependen* hubungannya akan memiliki gangguan (Kurniawan, 2019). Cara pengujian ini dengan melihat kembali nilai yang dihasilkan VIF ketika nilai ini tidak diatas 10 dan juga nilai hasil dari perhitungan toleran tidak dibawah 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas, semakin tingginya nilai dari VIF toleransinya akan menurun (Kurniawan, 2019).

3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dipergunakan untuk memperlihatkan ada atau tidaknya kesamaan variasi di residul satu pengamat ke yang lainnya. Langkah ini menggunakan SPSS dengan memasukkan data yang akan diuji, lalu menganalisanya dengan menggunakan analisa regresi, di bagian plot di input nilai ZPRED (nilai prediksi) dan SRESID (nilai residulnya) model yang baik didapatkan

jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti menggumpal ditengah menyempit, kemudian melebar maka terjadi heteroskedastisitas (Kurniawan, 2019).

Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji *Rho Spearman*. Yang mendasari dalam pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas dengan *Rho Spearman* yaitu:

1. ketika angka Signifikansi (2 – tailed) diatas 0,05 maka data yang digunakan bisa diteliti karena tidak ditemukan heteroskedastisitas
2. ketika angka Signifikansi (2 – tailed) dibawah 0,05 maka data yang digunakan tidak bisa diteliti karena ditemukan heteroskedastisitas.

3.9. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan prosedur-prosedur yang memungkinkan dapat menentukan apakah sampel yang diamati berbeda secara signifikan dari hasil perkiraan, sehingga dapat diputuskan diterima atau ditolaknya suatu hipotesis (Sugiarto, 2017: 123). Uji pengaruh yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

3.9.1. Regresi Linier Berganda

Uji linier berganda dipergunakan dalam pengukuran pengaruh dengan perhitungan per variabel kepada variabel terikat (Priyastama, 2017). Menurut (Kurniawan, 2019) persamaan regresi linier berganda adalah model persamaan regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu. Bentuk umum persamaan linier berganda antara lain:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + \dots +$$

Rumus 3.2. Regresi Linier Berganda

Sumber: (Kurniawan, 2019: 188)

Keterangan:

Y = Nilai dari variabel dependen (variabel respons)

a = Koefisien Konstanta

b = Nilai koefisien Regresi

X1 = Nilai dari variabel independen pertama

X2 = Nilai dari variabel independen kedua

X3 = Nilai dari variabel independen ketiga

3.9.2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi menunjukkan persentase pengaruh antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas ($X_{1,2,3...n}$) secara bersama-sama (Sanusi, 2014: 139). Jika nilai R^2 Semakin besar (mendekati 1) maka dapat dikatakan bahwa semakin baik persamaan regresi linier bergandanya.

Nilai R^2 dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - (1 - R^2) \frac{n-1}{n-k}$$

Rumus 3.3. Koefisien Determinasi

sumber: (Sanusi, 2012: 139)

3.9.3. Uji T (Regresi Parsial)

Uji T parsial diperlukan untuk menentukan secara parsial apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependennya pada masing-masing variabel dalam penelitian (Gozali, 2018: 152).

Menurut Kurniawan (2019: 193) langkah-langkah dalam penelitian uji T sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis Nol (H_0) dan hipotesis (H_1)
 - H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian rumah.
 - H_1 : Ada pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian rumah.
 - H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan secara parsial antara promosi terhadap keputusan pembelian rumah
 - H_1 : Ada pengaruh signifikan secara parsial antara promosi terhadap keputusan pembelian rumah
 - H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah
 - H_1 : Ada pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah
2. Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan taraf signifikan yaitu: 5% $df = n-2$.
3. Membuat kesimpulan dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
 - b. Nilai sig. $> \alpha = 5\%$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
 - c. Nilai sig. $< \alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

3.9.4. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan agar dapat mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Priyatno, 2012:

53). Hipotesa pada pengujian ini sebagai berikut:

H_0 = variabel X tak berpengaruh terhadap variabel Y

H_a = variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

Kriteria dalam penilaian Uji F sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Mengartikan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Mengartikan variabel independen tak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan dari keputusan dapat dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi yaitu:

- a. Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- b. Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel independen tak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji dua arah dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah.

H_1 : Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah.