

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian mengacu pada rencana pengumpulan data yang komprehensif. Rancangan penelitian adalah kerangka sistematis penelitian empiris yang dirancang untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu atau menguji hipotesis penelitian tertentu, yang menyempurnakan setidaknya tiga proses, yaitu proses pengumpulan data, proses pengembangan skala besar, dan proses pengambilan sampel.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif yang diterapkan pada metode kuantitatif. Data diperoleh dengan mengisi kuesioner dan mengolahnya dengan bantuan alat statistik melalui program SPSS (Sugiyono 2013). Pada penelitian ini akan diterapkan desain penelitian kausalitas untuk mengetahui apakah ada hubungan sebab-akibat antar variable (Sanusi, 2011:14).

3.2 Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau di amati, dengan variasi tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dijadikan pelajaran dan kemudian menarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen, yaitu Desain Produk (X1), *Word of Mouth* (X2), Kualitas Informasi (X3) dan satu variabel dependen Keputusan pembelian (Y).

3.2.1 Variabel Independen

1. Desain Produk (X1)

Desain produk adalah menciptakan produk baru yang dipasarkan oleh suatu perusahaan kepada konsumen. Adapun indikator desain produk menurut (Kotler n.d.), diantaranya adalah :

- a. Bentuk
- b. Fitur
- c. Mutu kesesuaian
- d. Daya tahan
- e. Gaya
- f. Kemudahan perbaikan

2. *Word Of Mouth* (X2)

Word of Mouth adalah teknik pemasaran masuk yang efektif digunakan oleh perusahaan untuk memikat konsumen agar pembeli, terutama pada perusahaan properti. Adapun indikator *Word Of Mouth* menurut (Ali, 2020) adalah sebagai berikut :

- a. Membicarakan
- b. Merekomendasikan
- c. Mendorong

3. Kualitas Informasi (X3)

Kualitas Informasi adalah sejauh mana informasi secara konsisten memenuhi kebutuhan dan harapan semua konsumen yang membutuhkan informasi untuk melakukan proses pembelian rumah. Adapun indikator kualitas

informasi menurut Mc. Leod dalam Azhar Susanto (2009:40) adalah sebagai berikut :

- a. Akurat
- b. Tepat waktu
- c. Relevan
- d. Lengkap

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y) yang didefinisikan sebagai keputusan terakhir dari konsumen untuk membeli suatu barang / jasa untuk memenuhi kebutuhannya berdasarkan berbagai pertimbangan. Adapun indikator keputusan pembelian menurut (Kotler n.d.) adalah sebagai berikut :

- a. Pemilihan produk
- b. Pemilihan merek
- c. Pemilihan tempat penyalur
- d. Waktu pembelian
- e. Jumlah pembelian
- f. Metode pembayaran

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Desain Produk (X1)	Desain produk adalah menciptakan produk baru yang dipasarkan oleh suatu perusahaan kepada konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> a. Bentuk b. Fitur c. Mutu kesesuaian d. Daya tahan e. Gaya f. Kemudahan perbaikan 	Skala <i>Likert</i>
<i>Word Of</i>	<i>Word of Mouth</i> adalah	<ol style="list-style-type: none"> a. Membicarakan 	Skala <i>Likert</i>

<i>Mouth</i> (X2)	teknik pemasaran masuk yang efektif digunakan oleh perusahaan untuk memikat konsumen agar pembeli, terutama pada perusahaan properti.	b. Merekomendasikan c. Mendorong	
Kualitas Informasi (X3)	Kualitas Informasi adalah sejauh mana informasi secara konsisten memenuhi kebutuhan dan harapan semua konsumen yang membutuhkan informasi untuk melakukan proses pembelian rumah.	a. Akurat b. Tepatwaktu c. Relevan d. Lengkap	Skala <i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan terakhir dari konsumen yang diputuskan untuk melakukan pembelian suatu barang / jasa dengan berbagai pertimbangan guna memenuhi kebutuhannya.	a. Pemilihan produk b. Pemilihan merek c. Pemilihan tempat penyalur d. Waktu pembelian e. Jumlah pembelian f. Metode pembayaran	Skala <i>Likert</i>

3.3 Pengukuran Variabel

Skala pengukuran adalah aturan yang digunakan atas dasar penyesuaian panjang data untuk memberikan data kuantitatif yang diinginkan (Sugiyono, 2013). Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert merupakan skala respon psikologis yang biasa digunakan dalam survei kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam penelitian survei.

Pada penelitian ini, skala likert yang digunakan berupa pemberian nilai skor 1-5. Nilai yang dipertanyakan adalah skor yang dijawab oleh responden, nilai yang ditentukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Skala *Likert*

Keterangan	Skor
SangatTidakSetuju (STS)	1
TidakSetuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
SangatSetuju (SS)	5

Sumber : (Sugiyono, 2013)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah objek atau subjek tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk menarik kesimpulan dan hasil penelitian (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini berupa konsumen PT Ciptatama Griya Prima. Penarikan sampel diperlukan karena ukuran sampel yang tidak menentu. Sampel yang diambil merupakan bagian dari seluruh populasi dan hasil terakhir yang dianggap merupakan keseluruhan dari populasi yang diteliti.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diteliti. Sampel yang diambil merupakan sampel yang benar - benar bisa mewakili populasi. Sampel adalah sebagian dari kuantitas dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, sampel yang diambil berupa sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap populasi. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*, yaitu sampel yang diambil secara acak tanpa pemilihan khusus atas persyaratan tertentu. Dalam menentukan ukuran sampel ini, penulis menggunakan Rumus Lemeshow

(Lemeshow, Hosmer, Klar, dan Lwanga ,1994). Rumus Lemeshow digunakan untuk menghitung sampel dalam keadaan populasi tidak diketahui.

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Rumus 3. 1 Lemeshow

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

z = nilai tabel normal (95% dari tingkat kepercayaan = 1,96)

P = maksimal estimasi (50% dari tingkat kepercayaan = 0,5)

d = *sampling error* (alpha 10% = 0,1)

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari rumus Lemeshow diatas, maka dapat kita ketahui sampel (n) adalah sebesar 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dimana saja, dari sumber dan cara yang berbeda. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara survei, yaitu dengan kuesioner yang diisi oleh responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Pengisian kuesioner bisa didapat dengan cara :

- Membagikan secara langsung kepada responden, yaitu dengan cara memberikan link kuesioner secara langsung kepada konsumen yang datang membayar angsuran rumahnya dan mengarahkan cara pengisiannya sampai konsumen selesai mengisi.
- Mengirimkan link kuesioner yang sudah dibuat kepada responden via Email / Whatsapp, yaitu saat konsumen mengirimkan bukti transfer pembayaran rumah, melampirkan link kuesioner saat melakukan balasan kepada konsumen.
- Memposting link kuesioner di sosial media Whatsapp, yaitu dengan memposting link kuesioner di status Whatsapp kantor dan menunggu hasil pengisian link kuesioner dari konsumen - konsumen di Whatsapp.
- Meminta konsumen untuk membantu share link kuesioner kepada tetangganya ataupun temannya yang ada membeli rumah Cipta.
- Meminta responden untuk mengirimkan balasan apabila telah mengisi kuesioner melalui Email / Whatsapp.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu variable bebas, baik satu variabel saja maupun beberapa variabel (variabel bebas) tanpa membandingkan variabel tersendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain (Sugiyono, 2013). Metode analisis ini bertujuan untuk menghubungkan dan menguji antarvariabel serta meramalkan hasil.

3.6.3 Uji Kualitas Data

a. Uji validitas

Uji validitas merupakan pengujian terhadap data yang diperoleh dalam kuesioner yang digunakan peneliti untuk memperikarakan data yang diperoleh setelah melakukan survei. Data dinyatakan valid atau memenuhi syarat jika r hitung $> 0,30$. Adapun rumus *Pearson Product Moment* yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3. 2 Uji Validitas

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

X = Nilai dalam butir pernyataan

Y = Total skor dalam butir pernyataan

N = Toal sampel yang digunakan

Sumber : (Sugiyono, 2016:128)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan untuk menguji data yang diperoleh dari responden, jika nilai cronbach's alpha $> 0,60$. Maka reliabilitas variabel dianggap baik. Reliabilitas dinilai berdasarkan nilai koefisien kolerasi hasil perhitungan kemudian mengacu pada nilai koefisien kolerasi pada tabel dan level alfa di atas dan harus menunjukkan lebih besar agar instrumen dianggap *reliable* (Sugiyono, 2013).

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Model regresi yang dianggap baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2017:145). Nilai residual dikatakan normal jika nilai *kolmogrov-smirnov* $Z < Z_{tabel}$ atau menggunakan nilai *probability sig (2tailed)* $> \alpha : sig > 0,05$ (Mutiarra dan Wibowo 2020)

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) pada pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menentukan apakah model regresi menemukan korelasi antara atau di antara variabel independen. Efek dari multikolinearitas ini adalah menyebabkan tingginya variabilitas pada sampel ini berarti kesalahan standarnya besar, sehingga t-hitung akan lebih kecil dari t-tabel saat memeriksa koefisien. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan linear antara variabel bebas yang dipengaruhi variabel terikat.

Untuk menilai apakah terdapat multikolinearitas pada model regresi dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai Tolerance mengukur variabilitas dari variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Oleh karena itu, nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi, dikarenakan $VIF = 1 / tolerance$ menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai cut off yang digunakan adalah untuk nilai tolerance 0,10 atau nilai VIF diatas 10. Istilah nilai VIF (*Variance Inflation*

Factor) adalah faktor yang mengukur seberapa besar peningkatan varian estimator regresi dibandingkan dengan variabel bebas yang orthogonal jika dihubungkan secara linear.

c. Uji Heterokedasitas

Menurut Ghozali (2017:47) heteroskedastisitas mengacu pada adanya varian variabel tidak identik dalam model regresi. Sebaliknya, jika varian variabel dalam model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut homoskedastitas. Jika nilai probabilitasnya mengalami signifikansi $>$ nilai *alpha*-nya (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan varian pada model. (Wibowo, 2012;93).

3.6.5 Uji Pengaruh

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini merupakan teknik statistik yang dapat digunakan untuk menguji interaksi antar variabel. Regresi berganda biasanya dipakai untuk memecahkan masalah regresi yang menyebabkan interaksi antara dua variabel bebas. Menurut (R. D. Wulandari & Iskandar, 2018) Analisis regresi linear berganda adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen untuk memprediksi nilai variabel dependen ketika nilai variabel independen meningkat atau menurun.

Uji regresi linier berganda dinyatakan sebagai rumus berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_nX_n + e$$

Rumus 3. 3 Regresi Linier Berganda

Keterangan :

Y = Variabel dependen

α = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

X_1 = Variabel independen pertama

X_2 = Variabel independen kedua

X_3 = Variabel independen ketiga

e = Error

Sumber : (Puspita & Rahmawan, 2021)

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi dilakukan untuk menentukan penerapan model terhadap perubahan variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen memiliki kemampuan yang sangat terbatas untuk menjelaskan perubahan variabel dependen. Menurut Sujarweni (2015:164) “Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk menentukan persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X)”. Jika R^2 besar, persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X) akan tinggi.

3.6.6 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (uji t)

Uji t ini digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian regresi linier berganda dan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial

berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018:99). Adapun langkah dalam melakukan uji t adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis untuk masing – masing kelompok
 H_0 = berarti secara parsial atau individu tidak ada pengaruh yang signifikan antara X_1, X_2, X_3 , dengan Y
 H_1 = berarti secara parsial atau individu ada pengaruh yang signifikan antara X_1, X_2, X_3 , dengan Y
2. Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar 5% (0,05)
3. Membandingkan tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat signifikan t yang diketahui secara langsung dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria :
 - a. Nilai signifikan $t < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
 - b. Nilai signifikan $t > 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.
4. Membandingkan t hitung dengan t table dengan kriteria sebagai berikut :
 - a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

b. Uji koefisien secara simultan (uji f)

Pengujian f ini mencakup probabilitas persentase signifikan 5% ($\alpha = 0,05$). Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen pada waktu yang sama. Menurut Sujarweni (2015:162) “Uji F adalah uji signifikansi persamaan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara bersama - sama terhadap variabel tidak bebas (Y)”. Adapun langkah – langkah pengujiannya, yaitu sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif :

$H_0 : \beta_i = 0$; Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel X_1 , variabel X_2 , variabel X_3 secara simultan terhadap variabel Y .

$H_a : \beta_i \neq 0$; Ada pengaruh signifikan antara variabel X_1 dan variabel X_2 , variabel X_3 secara simultan terhadap variabel Y .

Dengani = $\{1,2\}$

2. Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang tersedia pada ($\alpha = 5\%$) dengan $df = k ; n-(k + 1)$
3. Statistik uji yang dipakai: Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut:

