BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian. Pendekatan kuantitatif adalah suatu metode yang mengandalkan angka-angka dalam proses penelitian, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data yang diperoleh, hingga penyajian hasil data yang digunakan dalam penelitian.

3.2 Sifat penelitian

Penelitian yang peneliti lakukan ini bersifat replikasi dan pengembangan, yaitu mengulangi penelitian yang sudah ada sebelumnya dengan variabel yang sama, tetapi dengan perbedaan dalam waktu pelaksanaan serta objek penelitian. Perusahaan yang menjadi objek penelitian berbeda dari penelitian sebelumnya, demikian pula dengan rentang waktu pelaksanaannya.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di PT Glorindo Bangungraha Megah terletak di Ruko Grand Orchid Business Centre Blok A8 No.5, Taman Baloi, Batam Kota.

3.3.2 Periode Penelitian

Untuk melakukan penelitian ini, peneliti memerlukan jangka waktu dari bulan Juni 2024 hingga Februari 2025

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

Tahapan Penelitian	Waktu Pelaksanaan																			
	Sep-24				Okt-24				Nov-24				Des-24				Jan-24			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																				
Studi Kepustakaan																				
Metodologi Penelitian																				
Penyebaran Kuesioner																				
Pengolahan Data																				
Penyelesaian Skripsi																				

Sumber: Peneliti (2024)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merujuk pada kumpulan elemen yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan ciri tertentu yang telah ditetapkan, sehingga dapat digunakan untuk menarik kesimpulan (Apriany & Gendalasari, 2022). Populasi merupakan suatu wilayah yang digeneralisasi, terdiri dari objek atau subjek yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk

dipelajari, dan dari situ kesimpulan dapat ditarik. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian rumah di perumahan Glory Royal Residenc periode tahun 2020 sampai tahun 2023 yang berjumlah 150 orang.

3.4.2 Teknik Penentuan Besaran Sampel

Dalam pelaksanaan pengujian penelitian, beberapa yang menjadi objek akan dideterminasi dari populasi untuk dilakukan penelitian dan pengumpulan data. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih memiliki karakteristik atau kriteria yang relevan dengan penelitian, sehingga diharapkan dapat menghasilkan data yang lebih tepat dan akurat. Dengan menggunakan purposive sampling, tingkat kesalahan yang muncul dapat diminimalkan karena subjek yang dipilih adalah yang dianggap paling mewakili atau mendukung tujuan penelitian (Nur Ajijah, Dwi Harini, 2023). Dalam menentukan sampel dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus *Slovin*.

Rumus:

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

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Diketahui

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = 5%

Sumber : (Nur Ajijah, Dwi Harini, 2023)

$$n = \frac{150}{1 + 150(5\%)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150(0.0025)}$$

$$n = \frac{150}{1 + 0,375}$$

$$n = \frac{150}{1,375} = 109,09$$

$$n = 110$$

Maka diperoleh besaran responden sebanyak 110.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Teknik purposive sampling, di mana pemilihan sampel dilakukan secara spesifik dengan mempertimbangkan kriteria atau faktor tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. (Eliana, 2022).

3.5 Sumber Data

Sumber data ialah sebagai landasan yang digunakan oleh peneliti untuk menyusun dan menyelesaikan penelitian yang dilakukan. Berikut adalah jenis-jenis sumber data tersebut. (Zuliawaty Rajasa et al., 2023), yakni:

1. Data primer.

Data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti disebut data primer.

Sumber data ini merupakan yang utama dan biasanya dihimpun serta dicatat pada tahap awal penelitian. Dalam penelitian ini, kuesioner yang berisi tanggapan dari responden akan berfungsi sebagai data primer bagi peneliti.

2. Data sekunder

Selain data primer, terdapat juga data sekunder, yaitu data tambahan yang dikumpulkan langsung oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data sekunder mencakup perusahaan yang menjadi objek penelitian, buku atau jurnal sebagai referensi, serta penelitian sebelumnya yang relevan.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Terdapat berbagai metode yang dapat digunakan dalam pengumpulan data, seperti wawancara, kuesioner, dan observasi. Dalam penelitian ini, peneliti memilih kuesioner sebagai instrumen untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. Kuesioner yang disebarluaskan berisi sejumlah pertanyaan, dan responden hanya perlu mengisi kolom yang telah disediakan, sehingga mempermudah mereka dalam memberikan jawaban. Hal ini juga memudahkan peneliti dalam mengolah data dan menyajikannya dalam bentuk angka untuk menarik kesimpulan.

3.6.1 Skala Pengukuran Data

Skala yang umumnya digunakan untuk mengukur fenomena sosial melalui respon individu atau kelompok adalah skala Likert. Fenomena sosial ini akan disebut sebagai variabel dalam penelitian selanjutnya (Dam & Dam, 2021). Pada skala Likert, pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan indikator-indikator variabel yang disajikan dalam bentuk pernyataan. Jawaban pada instrumen skala Likert memiliki rentang dari yang sangat positif hingga sangat negatif. Berikut adalah jawaban instrumen skala Likert yang digunakan peneliti untuk menyebarkan kuesioner kepada responden.

Tabel 3.4 Skala Likert

No	Keterangan	Kode	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: (Aldiesi & Wahyudin, 2024)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian, diperlukan variabel yang menjadi dasar untuk penelitian tersebut. Dasar ini akan digunakan sebagai objek pengujian, yang dikenal dengan istilah variabel. Setelah penelitian dilaksanakan, kesimpulan akan ditarik berdasarkan variabel-variabel tersebut (Sugiyono, 2016).

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen, yang dapat memengaruhi variabel terikat, juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang berperan sebagai alasan tambahan. Penelitian ini menggunakan kualitas produk sebagai variabel pertama, variabel kedua dalam penelitian ini adalah brand image dan variabel ketiga yakni komunikasi pemasaran.

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain disebut variabel terikat atau variabel dependen. Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen digunakan sebagai

variabel dependen. Penjelasan rinci mengenai operasional variabel dan indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3.5 Operasional Variabel

Variabel	Pemahaman Variabel	Indikator	Skala
Kualitas produk (X_1)	Kualitas produk merujuk pada tingkat kualitas yang diharapkan dengan mengontrol variasi dalam pencapaiannya, sehingga dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan (Lestari & Hasibuan, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. bentuk 2. fitur 3. kinerja 4. kesan kualitas 5. ketahanan 6. kemudahan 7. perbaikan 8. gaya 9. desain 	<i>Likert</i>
<i>Brand Image</i> (X_2)	Sebuah persepsi yang dimiliki oleh seseorang terhadap sebuah merek. Konsumen memiliki pandangan tersendiri terhadap sebuah merek (Farhat, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Citra pembuat (corporate image) 2. Citra produk/konsumen (product image) 3. Citra pemakai (user image) 	<i>Likert</i>
Komunikasi Pemasaran (X_3)	Proses perusahaan untuk menyampaikan pesan-pesan yang dapat berupa produk dan layanan, dengan tujuan agar produk di kenal lebih luas lagi dan mendorong tingkat pembelian (Salim et al., 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengirim pesan 2. penyandian pesan 3. pesan itu sendiri 4. saluran pesan 5. penerima pesan 6. saluran pesan 7. mengartikan sandi 8. respon penerima pesan 9. gangguan 	<i>Likert</i>

Keputusan Pembelian (Y)	Sebuah proses dimana konsumen menyadari akan sebuah masalah atau kebutuhan yang harus dipenuhi, konsumen akan mencari tentang produk yang relevan dan berusaha mencari opsi yang tersedia sebelum pada akhirnya keputusan pembelian dibuat (Nur Ajijah, Dwi Harini, 2023).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan dan pencarian informasi mengenai produk 2. Keinginan untuk menggunakan produk 3. Keinginan untuk membeli produk 4. Pengambilan keputusan pembelian 	<i>Likert</i>
-------------------------	--	---	---------------

Sumber: Penulis (2024)

3.8 Metode Analisis Data

Aplikasi SPSS 26 digunakan sebagai alat untuk menganalisis data kuantitatif dalam penelitian ini. Pengolahan data dilakukan untuk mendapatkan hasil yang mengungkapkan hubungan antara variabel kualitas produk, citra merek, dan komunikasi pemasaran terhadap kinerja karyawan di PT. Glorindo Bangunraha Megah .

3.8.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah analisis data yang menyajikan gambaran informasi tanpa memberikan kesimpulan. Biasanya, hasil analisis ini ditampilkan dalam bentuk visual seperti tabel, grafik, atau persentase (Sianturi et al., 2021).

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk menilai kualitas variabel penelitian dan memastikan bahwa variabel tersebut layak dijadikan indikator dalam kuesioner. Variabel penelitian harus dapat mewakili permasalahan yang sedang diteliti. Pada uji validitas, Korelasi Pearson digunakan untuk menghubungkan nilai setiap item dengan nilai total dari item yang diuji. Kriteria pengujian ditetapkan pada tingkat signifikansi 0,05, dengan penilaian berdasarkan kriteria tertentu:

1. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka kuesioner tersebut valid.
2. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka dapat dikatakan itm kuesioner tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas data. Setelah instrumen penelitian dinyatakan valid, instrumen tersebut dapat diuji kembali untuk memastikan konsistensinya dalam penggunaan di masa depan. Uji reliabilitas mengukur konsistensi instrumen yang digunakan dalam kuesioner jika dilakukan pengujian ulang. Dengan uji ini peneliti dapat menilai tingkat kehandalan dari kuesioner yang digunakan dapat cukup untuk mencerminkan konsistensi dan kestabilan dari variabel maupun konsep yang sedang diselidiki. Kuesioner dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi apabila jawaban individu

terhadap pertanyaan-pertanyaan di dalam kuesioner tersebut menunjukkan konsistensi atau stabilitas yang kuat dari satu waktu ke waktu lainnya (Sembiring, 2020). Kriteria uji reliabilitas yang dapat digunakan sebagai acuan dapat ditunjukkan seperti yang tertera di bawah ini:

1. Instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat dinyatakan reliabel apabila nilai hasil pengujian koefisien reliabilitas memperoleh nilai *cronbach's alpha* melebihi nilai 0,60.
2. Instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat dinyatakan tidak reliabel apabila nilai hasil pengujian koefisien reliabilitas memperoleh nilai *cronbach's alpha* tidak melebihi nilai 0,60.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Pada tahap ini, yang diuji adalah normalitas distribusi data. Data perlu terdistribusi secara normal agar pengujian yang dilakukan dapat memberikan hasil yang valid. Data yang terdistribusi normal menunjukkan bahwa populasi yang digunakan dalam penelitian sudah tepat. Peneliti menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov* untuk memastikan normalitas data, dengan kriteria dibawah ini (Suriadi et al., 2024) :

1. Data penelitian dapat dinyatakan memenuhi asumsi normalitas, apabila titik titik pada grafik menunjukkan pola berkumpul di sekitar garis diagonal dan sejajar dengan garis tersebut atau jika histogram berbentuk seperti lonceng, hal tersebut menunjukkan data mendekati distribusi normal.

2. Jika data penelitian secara signifikan menyimpang dari garis diagonal, titik titik pada grafik akan tersebar jauh dari garis diagonal.

Dalam melakukan uji menggunakan teknik *Kolmogorov-smirnov* terdapat beberapa kriteria, antara lain:

1. Data pengujian dapat dinyatakan memenuhi asumsi normalitas apabila hasil pengujiannya menunjukkan nilai dari $p\text{-value} > 0,05$.
2. Dapat pengujian dapat dinyatakan tidak memenuhi asumsi normalitas apabila hasil temuan dari pengujiannya menunjukkan nilai dari $p\text{-value} < 0,05$.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan linear antara variabel independen. Cara paling sederhana dan jelas untuk mendeteksi multikolinearitas adalah dengan menganalisis matriks korelasi antar variabel bebas. Korelasi antar variabel biasanya dinilai menggunakan nilai tolerance sebesar 0,10 dan nilai VIF sebesar 10. Suatu variabel bebas dianggap tidak mengalami multikolinearitas jika nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, sedangkan jika sebaliknya, multikolinearitas dapat terjadi.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah residual memiliki varians yang tidak sama. Jika hasil residual tetap konsisten dalam pengulangan penelitian, maka menunjukkan homoskedastisitas. Sebaliknya, jika residual bervariasi, maka kondisi tersebut disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang menunjukkan hasil residual yang konstan atau homoskedastisitas. Dalam

pengujian heteroskedastisitas dapat diuji dengan *glejser*, yakni dengan kriteria sebagai berikut:

1. Data temuan hasil pengujian menunjukkan nilai *sig* melebihi dari 0,05, maka dapat dinyatakan tidak ada heteroskedastisitas.
2. Data temuan hasil pengujian menunjukkan nilai *sig* tidak melebihi dari 0,05, maka dapat dinyatakan ada heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada dasarnya sama dengan analisis regresi sederhana (Apriany & Gendalasari, 2022). Pada analisis ini, terdapat satu atau lebih variabel bebas yang dihipotesiskan memengaruhi variabel terikat atau dependen (Suriadi et al., 2024). Penelitian ini melibatkan tiga variabel terikat dan satu variabel bebas. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk regresi linear berganda:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 \dots + b_nX_n + e$$

Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda

Keterangan:

y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

b = Koefisien Regresi

a = Konstanta

X₁ = Variabel bebas pertama (kualitas produk)

X₂ = Variabel bebas kedua (*brand image*)

X₃ = Variabel bebas ketiga (komunikasi pemasaran)

X_n = Variabel independent ke - n

e = Nilai Error

Sumber: (Sembiring, 2020)

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi

Uji R square menunjukkan sejauh mana variabel bebas dapat mempengaruhi variabel dependen (Pratiwi & Fadhli, 2021). Koefisien korelasi determinasi memiliki rentang nilai antara nol hingga satu. Jika nilainya sebesar 0, maka variabel bebas memiliki pengaruh yang sangat terbatas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilainya mendekati 1, berarti variabel bebas memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap variabel terikat.

3.9 Uji Hipotesis

Penelitian ini mengadopsi hipotesis asosiatif, yaitu dugaan mengenai hubungan signifikan antara dua atau lebih variabel.

3.9.1 Uji T

Uji t merupakan metode pengujian simultan yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, dengan tingkat signifikansi 5% (Pratiwi & Fadhli, 2021). Untuk menyajikan perbandingan antara nilai thitung dan ttabel, keputusan pengujian dapat diambil dengan memenuhi syarat dasar berikut.

1. Jika tingkat signifikansi kurang dari 5% dan thitung lebih besar dari ttabel, maka variabel independen memiliki pengaruh parsial terhadap variabel dependen.

2. Jika tingkat signifikansi lebih dari 5% dan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , maka variabel independen tidak memiliki pengaruh parsial terhadap variabel dependen

3.9.2 Uji F

Uji F adalah pengujian yang dilakukan secara simultan untuk menganalisis apakah variabel bebas yang diteliti berpengaruh terhadap variabel terikat yang diuji. (Pratiwi & Fadhli, 2021). Pada pengujian uji F dengan tingkat signifikansi 5%, semua variabel independen menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Dasar pengujian dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Jika tingkat signifikansi kurang dari 5% dan f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} , maka H_0 akan ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika tingkat signifikansi lebih dari 5% dan f_{hitung} lebih kecil daripada f_{tabel} , maka H_a akan ditolak dan H_0 diterima, yang berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.