

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Adapun yang dilakukan ketika melakukan penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang berlandaskan pada data empiris dengan tujuan menguji populasi atau sampel, mengumpulkan data dengan memakai instrumen penelitian, penafsiran data ini diperoleh memiliki sifat kuantitatif, serta bertujuan mendapatkan jawaban untuk hipotesis (Sugiyono, 2013 : 13). Data primer didapatkan langsung melalui konsumen apartemen Nagoya Thamrin City dari PT Sarana Bakti Persada melalui pengisian kuesioner. Peneliti menggunakan desain penelitian kausalitas dalam melakukan penelitian ini, yang digunakan dalam mendalami kemungkinan-kemungkinan adanya suatu hubungan atau pengaruh sebab-akibat dari satu variabel ke variabel yang telah diduga peneliti (Sanusi, 2011).

3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam menentukan jenis indikator dan skala pada masing-masing variabel yang terdapat pada penelitian diperlukannya operasional variabel dalam hal tersebut, sehingga hal ini dapat mendorong diperolehnya jawaban untuk hipotesis yang tetap dengan instrumen statistik yang dibuat dengan benar berdasar pada judul dari penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2013 : 59), variabel penelitian merupakan karakteristik ataupun suatu sifat juga nilai pada seseorang, objek, serta kegiatan yang dimana memiliki keragaman tertentu sesuai penetapan oleh peneliti untuk dipahami dan setelahnya ditarik kesimpulan. Penggunaan variabel

penelitian dilihat dari aspek hubungan antar variabel terbagi dua, yakni variabel independen dan dependen.

3.2.1. Variabel Independen

Suatu variabel yang dipengaruhi pada perubahan pada variabel yang terkait merupakan pengertian dari variabel independen atau variabel bebas (Sugiyono, 2013 : 59). Berdasar pada judul penelitian, ketiga variabel bebas yang digunakan, yakni:

1. Lokasi (X1), suatu tempat dimana usaha atau aktifitas usaha dilakukan, yang seharusnya berada ditempat yang strategis.

Menurut (Senggetang et al., 2019), terdapat 4 indikator dalam variabel lokasi, yaitu :

1. Akses
 2. Visibilitas
 3. Tempat parkir yang luas
 4. Ekspansi
2. Harga (X2), nilai yang dibelanjakan konsumen untuk memperoleh sesuatu yang dibutuhkan ataupun diinginkannya.

Terdapat 4 indikator harga menurut (Al rasyid & Tri Indah, 2018), yaitu :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

3. Promosi (X3), kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan dan memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan.

Terdapat 5 indikator dalam variabel promosi menurut (Pasaribu et al., 2019), yaitu :

1. Periklanan
2. Penjualan personal
3. Promosi penjualan
4. Hubungan masyarakat
5. Pemasaran langsung

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat sebagai variabel akibat yang menerima pengaruh-pengaruh dari variabel bebas (Sugiyono, 2013 : 59). Untuk variabel dependen yang digunakan peneliti berjumlah satu yaitu keputusan pembelian.

1. Keputusan Pembelian (Y), keputusan dalam membeli sesuatu produk yang dahulu sudah mempertimbangkan faktor-faktor dari beberapa alternatif yang ditawarkan.

Terdapat 4 indikator dalam variabel keputusan pembelian menurut (Senggetang et al., 2019), yaitu :

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Memberikan rekomendasi pada orang lain
4. Melakukan pembelian ulang

Jika dijelaskan, pengertian operasional variabel untuk penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Lokasi (X1)	Hal atau tempat dimana usaha maupun aktifitas usaha dilakukan, yang semestinya berada ditempat yang strategis.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Tempat parkir 4. Ekspansi 	Likert
Harga (X2)	Sejumlah nilai yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan ataupun diinginkannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 	Likert
Promosi (X3)	Kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan dan memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Penjualan personal 3. Promosi penjualan 4. Hubungan masyarakat 5. Pemasaran langsung 	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan dalam membeli suatu produk yang sebelumnya sudah mempertimbangkan faktor-faktor dari beberapa alternatif yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi pada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang 	Likert

Sumber: (Senggetang et al., 2019), (Al rasyid & Tri Indah, 2018) dan (Pasaribu et al., 2019)

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Generalization area yang tercakup kedalamnya objek maupun subjek sesuai dengan yang ditetapkan peneliti serta memiliki mutu juga sifat tertentu, dan kemudian akan diteliti selanjutnya juga diperoleh suatu kesimpulan dari sana merupakan pengertian dari populasi (Sugiyono, 2013 : 80). Populasi untuk penelitian ini ialah konsumen apartemen Nagoya Thamrin City pada PT Sarana Bakti Persada Kota Batam periode tahun 2019 dengan total unit 357.

3.3.2. Sampel

(Sugiyono, 2013 : 81) menjelaskan yang dimaksud dengan sampel ialah bagian dari populasi dimana memiliki kekhususan yang sama atau hampir sama, sehingga dapat dijadikan perwakilan bila populasi penelitian besar. Adanya keterbatasan peneliti dalam mempelajari keseluruhan populasi, seperti terbatasnya waktu, tenaga maupun dana, maka peneliti menjadikan sampel dari populasi yang telah ditetapkan. Pada sampel yang diteliti, kesimpulan yang diperoleh nantinya akan diberlakukan pada populasi, sehingga untuk penetapan sampel yang akan digunakan harus yang bisa mewakili atau disebut representatif.

Untuk mendapatkan sampel yang bisa mewakili juga digunakan, peneliti menggunakan jenis *probability sampling* dimana mendapatkan peluang yang sama pada semua unsur dari populasi yang ada dan bisa dijadikan sampel penelitian. Teknik dalam melakukan penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* atau sampel acak sederhana dengan cara mengambil dengan acak terhadap anggota populasi tanpa melihat starta yang ada (Sugiyono, 2013 : 218).

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen apartemen Nagoya Thamrin City pada PT Sarana Bakti Persada.

Teknik untuk menentukan besaran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang dirinci seperti di bawah ini (Sanusi, 2014 : 101) :

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel)

Keseluruhan jumlah populasi yang ada untuk dilakukannya penelitian berjumlah 357 unit apartemen Nagoya Thamrin City periode 2019, berikut perhitungan jumlah sampel yang diteliti.

$$\begin{aligned} n &= \frac{357}{1 + 357(0,08)^2} \\ &= \frac{357}{1 + 357(0,0064)} \\ &= 108,68 \end{aligned}$$

Berdasar pada perhitungan diatas, sampel yang harus dikumpulkan untuk dilakukannya penelitian ini sebanyak 108,68 sampel dan setelah pembulatan menjadi 109 sampel/responden.

3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Tujuan dari dikumpulkan ini adalah data berperan penting pada penelitian karena berusaha memperoleh keseluruhan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian. (Sugiyono, 2013 : 222). Peneliti akan menggunakan teknik random sampling kemudian dibagikan ke responden dalam bentuk kuesioner *google form* yang dalamnya berupa pernyataan.

3.4.1. Kuesioner

Kuesioner ialah salah satu metode yang dipakai untuk mendapatkan data dari responden dengan memberikan seperangkat pernyataan maupun pertanyaan tertulis secara terbuka maupun tertutup untuk dijawab (Sugiyono, 2013 : 142). Skala pengukuran ialah suatu kesepakatan untuk dapat dipakai agar dapat menentukan panjang dan pendeknya interval pada alat ukur, agar alat ukur tersebut menghasilkan data kuantitatif bila digunakan dalam pengukuran. Selain pada bentuk kuesioner tertutup, dalam penelitian juga menghasilkan skala *likert*. Untuk menaksir sikap, gagasan, dan pemahaman seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomenal sosial dapat menggunakan skala *likert*. (Sugiyono, 2013 : 95). Skala *likert* pada penelitian ini mencantumkan skor untuk tiap permasalahan yang telah disesuaikan dengan indikator variabel penelitiannya seperti tabel dibawah ini.

Tabel 3.2. Skala *Likert*

No	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Cukup Setuju	CS	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: (Sugiyono, 2013)

3.4.2. Cara-Cara Menyampaikan Kuesioner

Menurut (Sanusi, 2014 : 109), kuesioner dapat dibagikan kepada responden dengan beberapa cara, yaitu :

1. Peneliti memberikan langsung kepada responden
2. Disatukan dengan pengiriman item lain (seperti paket, majalah, dll)
3. Diberikan di tempat umum
4. Diikirim lewat pos, faks, atau memakai teknologi komputer.

Pada penelitian ini peneliti akan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* kepada responden/konsumen apartemen Nagoya Thamrin City dengan berbagai pernyataan berkaitan dengan hal yang mempengaruhi konsumen ketika memutuskan pembelian apartemen Nagoya Thamrin City pada PT Sarana Bakti Persada.

3.4.3. Sumber Data

Metode mengumpulkan data adalah metode yang strategis untuk penelitian, karena tujuan dari penelitian ialah untuk mendapatkan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

(Sugiyono, 2013 : 137), Data primer adalah sumber data yang didapat langsung dari responden tanpa adanya media perantara. Data primer yang dikerjakan dalam penelitian ini merupakan hasil dari respon atas kuesioner yang diberikan ke konsumen apartemen Nagoya Thamrin City pada PT Sarana Bakti Persada Kota Batam. Pernyataan dalam kuisioner disajikan secara komplit, jelas dan rinci, serta merupakan kuisioner tertutup karena telah memberikan

jawabannya. Pilihan jawaban bertujuan untuk mendapatkan data yang pasti dengan rentang pengukuran yang sudah ditentukan sebelumnya.

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data adalah menggolongkan data menurut variabel dan jenis responden, membuat tabulasi data yang berdasarkan variabel dari semua responden, melakukan penghitungan untuk menjawab pernyataan pertanyaan, dan melakukan penghitungan untuk menguji hipotesis yang ada, (Sugiyono, 2013 : 147). Tahapan analisis data sangat penting dalam penelitian ilmiah, karena melalui analisis tersebut permasalahan yang telah dikemukakan dapat diselesaikan.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Adapun analisis deskriptif dijabarkan dengan pengertian analisis statistik yang dipakai untuk menganalisis sebuah data dengan teknik memaparkan data yang satukan tanpa bermaksud membuat hasil kesimpulan yang berlaku untuk umum. Metode pada pada populasi secara eksplisit akan memakai statistik deskriptif dalam penguraiannya. Namun, jika pada sampel, statistik deskriptif atau inferensial dapat digunakan untuk analisisnya. (Sugiyono, 2013 : 147).

3.5.2. Uji Kualitas Data

Sebelum dimulainya analisis dan menjelaskan sebelumnya harus melakukan uji kualitas data yang dibagi menjadi dua (2) bagian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, sebagai berikut:

3.5.2.1. Uji Validitas Data

Jika alat dapat mengukur nilai yang diharapkan dan bisa menjelaskan data dari variabel yang diteliti, instrumen tersebut dinyatakan efektif. Pengertian Pengujian validitas ini ialah suatu percobaan yang dilakukan agar dapat mengetahui data tersebut bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya sesuai dengan fakta yang ada. Menurut (Sugiyono, 2014 : 268) instrumen yang benar dan dapat dipercaya atau valid berarti alat ukur yang dipakai untuk memperoleh data itu benar atau disebut dengan valid yang mengartikan instrument ini bisa dipakai dalam mengukur sesuatu apa yang semestinya diukur.

$r_{ix} = \frac{n\sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n\sum i^2 - (\sum i)^2][n\sum x^2 - (\sum x)^2]}}$	Rumus 3.2. Korelasi <i>Product Moment</i>
--	--

Keterangan:

r_{ix} = Koefisien korelasi

i = Skor item

x = Skor total dari x

n = jumlah banyaknya subjek

Nilai dari uji ini dapat dilakukan pembuktian dalam memakai uji dua sisi pada taraf signifikan 0.05. barometer yang dikatakan bisa diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.

2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

Dijelaskan angka koefisien korelasi yang dipakai menjadi acuan dalam memberikan interpretasi dijelaskan pada tabel.

3.5.2.2. Uji Realibilitas Data

Uji ini yang disampaikan (Ghozali, 2016 : 47) dibuat sebagai cara memastikan juga mengetahui sampai mana jauh hasil pengukuran yang dilakukan tetap dalam arti konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala dan alat ukur yang sama hasilnya tetap konsisten. Uji reliabilitas juga dilakukan dalam meneliti juga sebagai cara mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam format kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh).

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[+ \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right] \quad \text{Rumus 3.3. Cronbach Alpha}$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian pada butir

σ_1^2 = varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05 kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika: nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis product momen, atau nilai r tabel.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik sebagai uji persyaratan yang harus dilakukan untuk melakukan uji regresi linier berganda, perlunya pengujian asumsi klasik agar bisa diketahui apakah metode regresi memberikan makna bias atau tidak. Pengujian ini dilakukan antara lain dengan uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, yang dimana jika ketiga uji tersebut memenuhi kriteria maka metode ini dapat dipakai guna untuk penelitian.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Adapun maksud dari dilakukan uji ini untuk melihat apakah model regresi ini variabelnya berdistribusi normal atau tidak. (Ghozali, 2016 : 154). Ada pun uji yang digunakan untuk mengetahuinya, antara lain memakai uji *Kolmogorov-Smirnov* (uji K-S), uji histogram dan uji normal *probability* (p-plot). Dasar untuk menentukan penarikan keputusan dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah :

1. Jika nilai signifikan 2 uji Kolmogorov-Smirnov $< 0,05$, disimpulkan menggunakan statistik H_0 tidak diterima atau artinya data berdistribusi tidak normal.
2. Jika nilai signifikan 2 uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$, disimpulkan menggunakan statistik H_0 akan diterima atau artinya data berdistribusi normal.

Untuk pengambilan keputusan pada grafik histogram ialah saat kurva pada grafik histogram berbentuk seperti lonceng (*bell-shapes curve*), hal tersebut bisa diputuskan bahwa model regresi berdistribusi normal. Sedangkan pada uji normal

probability (p-plot), apabila terjadi penyebaran data pada daerah garis lurus diagonal artinya model memenuhi asumsi normalitas.

3.5.3.2. Uji Multikolinieritas

Uji ini menjadi salah satu dugaan yang wajib dipenuhi dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, yang dipakai agar dapat mengetahui hubungan keterkaitan yang ada antar variabel independen yang digunakan. Model regresi yang benar disyaratkan untuk tidak adanya hubungan antar variabel yang digunakan (Ghozali, 2016 : 103). Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini dilihat melalui nilai *tolerance* dan *variance inflation factor (VIF)*, sebagai berikut::

1. Saat ini *tolerance* berada di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga menyimpulkan model regresi bebas dari masalah multikolinieritas.
2. Saat ini *tolerance* berada dibawah 0,1 dan nilai VIF di atas 10, sehingga menyimpulkan model regresi terkandung masalah multikolinieritas.

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

(Ghozali, 2016 : 134) uji heteroskedastisitas dipakai dalam menguji model regresi yang ada apakah terbentuk ketidasmamaan varian dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain. Saat varian dari residual tetap dari pengamatan satu ke pengamatan lain maka dapat dikatakan sebagai homokedastisitas, sedangkan saat adanya perbedaan berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Pada penelitian model regresi yang baik ialah homokedastisitas atau tidak heteroskedastisitas. Agar dapat melihat terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas maka bisa diuji dengan cara menggunakan uji

Glejser. Pengujian yang dilakukan memakai uji *Glejser* ini meregresi nilai absolut residual sebagai variabel dependen pada tiap variabel independen. Kesimpulan dapat ditetapkan dengan mengacu pada nilai signifikansi hasil regresi apabila nilai $\text{sig} \geq 0,05$ kesimpulannya tidak terbentuk suatu heteroskedastisitas.

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

(Wibowo, 2012 : 126) Untuk meramalkan apakah kejadian atau keadaan suatu variabel dependen (terjadi naik turun) maka dapat dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda jika lebih dari dua variabel independen dimanipulasi sebagai prediktor (dinaik turunkan nilainya). Apabila jumlah atau total variabelnya minimal dua maka dapat dilakukan analisis regresi ganda ini. Adapun persamaan regresi linier berganda untuk penelitian kali ini ialah (Wibowo, 2012 : 127):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3.4. Regresi Linear Berganda

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1 - b_3 = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Lokasi

X_2 = Harga

X_3 = Promosi

e = *Error*

Adapun software yang dipakai untuk membantu Peneliti ialah SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Dua variabel yang berhubungan ini digambarkan dengan suatu gambar garis lurus.

3.5.4.2. Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Pengukuran jauhnya suatu variabel independen agar dapat menjelaskan bentuk variasi dari variabel dependen digunakanlah koefisien determinasi (R²), (Ghozali, 2016:95). Koefisien determinasi memiliki interval nilai dari 0 hingga 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Dimana nilai yang diperoleh berdekatan dengan angka 1, secara keseluruhan informasi dari variabel independen semakin baik. Sebaliknya saat nilai yang diperoleh mendekati angka 0, maka menerangkan bahwa kemampuan variabel independen yang ada dalam memberikan informasi terhadap variabel dependen memiliki keterbatasan. (Ghozali, 2016:95).

3.5.5. Uji Hipotesis

3.5.5.1. Uji Statistik t (t-test)

Sejauh mana pengaruh dari suatu variabel independen dengan spesifik memberikan penjelasan mengenai variasi suatu variabel dependen maka dapat digunakan metode uji statistik t (Ghozali, 2016 : 97). Untuk pengolahan datanya yang menggunakan program komputer SPSS, dapat dilihat pengaruh secara spesifik atau individual yang ditunjukkan dari nilai signifikan uji t. Bisa ditarik kesimpulan adanya pengaruh yang signifikan secara khusus setiap variabel apabila nilai signifikan uji t < 0,05.

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

Rumus 3.5. t Hitung

Sumber: Sugiyono (2014: 184)

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Banyaknya sampel

3.5.5.2. Uji Statistik F (F-test)

Keseluruhan variabel bebas yang dipakai secara bersamaan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dapat dilihat dalam uji Statistik F (Ghozali, 2016 : 96). Pedoman pengambilan untuk keputusan dalam uji f ini yakni dengan cara nilai F hitung dibandingkan dengan nilai F tabel. Variabel bebas secara bersamaan juga signifikan berpengaruh terhadap variabel yang terkait apabila nilai F hitung > nilai F tabel pada $\alpha = 5\%$ (Ghozali, 2016 : 99).

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menjadi letak untuk mendapatkan berbagai keperluan data juga informasi untuk penelitian. Lokasi penelitian ini adalah di PT Sarana Bakti Persada Jl. Sriwijaya No. 01, Pelita, Kota Batam.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama lima bulan dengan total kegiatan yang dilaksanakan berjumlah sembilan kegiatan sejak September 2020 hingga Januari 2021. Konsumen Apartemen Nagoya Thamrin City pada PT Sarana Bakti Persada merupakan sasaran objek penelitian dengan menggunakan kuesioner sebagai penilaian kepada konsumen. Berikut tabel jadwal yang dilakukan peneliti:

