

## **BAB III**

### **PROSEDUR PENELITIAN**

#### **3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini merupakan studi kasus yang dilakukan pada konsumen yang melakukan pembelian produk Pasadenia Residence. Penelitian ini berlangsung selama 5 bulan, yaitu April-Agustus 2015.

#### **3.2. Strategi dan Metode Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Strategi asosiatif adalah suatu strategi penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (hubungan simetris, kausal dan timbal balik). Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi adanya hubungan kausal, yaitu hubungan sebab akibat antara *personal selling* kualitas produk dan harga produk (variabel bebas) dengan keputusan pembelian (variabel terikat).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melakukan survei . Survei bertujuan untuk memperoleh gambaran umum tentang objek yang diteliti dan menjelaskan hubungan-hubungan dari beberapa variabel yang kedudukannya masing-masing diuraikan dalam kerangka berfikir teoritis dengan menggunakan angket/kuesioner untuk melakukan pengambilan data dari sampel. Pendekatan korelasional yaitu mengetahui hubungan ada atau tidaknya serta kuat atau lemahnya hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

### 3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1. Populasi

Populasi adalah kumpulan obyek yang ingin diketahui sifat, jenis dan karakteristiknya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk Pasadenia Residence. Dengan populasi 90 yang didapat dari data penjualan sementara yaitu 75% dari 120 rumah yang ditawarkan dan sudah terjual,

#### 3.3.2. Sampel

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah Konsumen pasadenia residence , dengan menggunakan teknik penentuan sampel adalah *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan : memiliki townhouse pasadenia residence.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = % tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan e sebesar 10% dengan tingkat kebenaran 90%.

maka diperoleh jumlah sampel dengan perhitungan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{90}{1 + 90(0.1)^2}$$

$$n = 47,3684210526 \text{ (dibulatkan menjadi 50)}$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 50 konsumen pasadenia residence.

### 3.4. Metoda Pengumpulan Data

Adapun metoda pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Studi perpustakaan

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data dari membaca, meneliti dan mengutip secara langsung atau tidak langsung melalui buku-buku teks, diklat, perpustakaan, web site serta tulisan-tulisan para ahli yang erat hubungan dengan masalah yang diteliti.

#### 2. Peneliti lapangan

Penelitian lapangan dilakukan untuk mendapatkan data-data dan informasi secara langsung ke perusahaan melalui :

##### (1) Interview (wawancara)

Interview (wawancara) yaitu mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang secara lisan mengenai masalah-masalah yang diteliti kepada pejabat berwenang dan kepada beberapa karyawan dalam bidang yang berkaitan dengan penelitian ini.

##### (2) Observasi

Observasi yaitu mereka pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dengan pengamatan terhadap gejala objek yang diamati.

##### (3) Kuesioner

Kuesioner yaitu disusun dalam bentuk pernyataan tertulis kemudian disebarkan, namun penyebaran kuesioner tersebut bukan bertujuan untuk menguji kemampuan responden, akan tetapi hanya menggali informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

### 3.5. Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu *personal selling* sebagai variabel bebas pertama (dengan simbol  $X_1$ ), kualitas produk sebagai variabel

bebas kedua (dengan simbol  $X_2$ ), harga produk sebagai variabel bebas ketiga (dengan simbol  $X_3$ ) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (dengan simbol  $Y$ ). Adapun instrumen penelitian ini diukur dengan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang kejadian tertentu. Variabel yang diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator.

**Tabel 3.1.** Indikator Variabel-variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No. Item Instrumen	
<i>Personal Selling</i> ( $X_1$ )	Konfrontasi Personal	1. Mengajak Konsumen 2. Mempengaruhi Konsumen	1 2, 3	
	Komunikasi	3. Cara Bicara 4. Memberikan Penjelasan 5. Memiliki Pengetahuan yang Baik Mengenai Produk	4, 5 6, 7 8, 9	
		Pelayanan	6. Pemberian Informasi 7. Transaksi	10 11, 12, 13
	Tanggapan	8. Cepat Tanggap Atas Keluhan	14, 15	
Kualitas Produk ( $X_2$ )	<i>Performance</i>	1. Kenyamanan Rumah Sebagai Tempat Tinggal	1	
	<i>Durability</i>	2. Kekuatan Bahan Bangunan, Pondasi dan Struktur Bangunan yang Kokoh dan Kuat	2, 3	
	<i>Conformance</i>	3. Bentuk, Ukuran, Tipe Produk Sesuai dengan yang di inginkan	4	
	<i>Features</i>	1. Lokasi Strategis dan aksesibilitas	5, 6, 7	
		2. Fasilitas Olahraga dan Ruang Serbaguna	8	
		3. Model Produk	9, 10	
		4. Sistem Keamanan Canggih	11	
Harga ( $X_3$ )	Tingkat Harga	1. Harga Sesuai dengan Kualitas 2. Harga Sesuai dengan Manfaat	1 2	
		Pilihan Harga	3. Keterjangkauan Harga 4. Perbandingan dengan Pesaing	3 4
	Keputusan Pembelian ( $Y$ )		Individu	1. Kebutuhan Konsumen
		Pengaruh Lingkungan	2. Nilai Sosial Status Ekonomi 3. Kepribadian Individu	3 4
Strategi Pemasaran			4. Usaha Perusahaan Dalam Memperkenalkan Produk 5. Strategi Perusahaan Dalam Mempengaruhi Konsumen	5, 6 7, 8

Sumber : Winardi (2007), Garperz (2007), Swasta (2008) dan Fifyanita (2012)

Pada skala Likert juga terdapat skor nilai terhadap jawaban yang telah mempunyai skor 4, setuju mempunyai skor 3, tidak setuju mempunyai skor 2, dan apabila menjawab sangat tidak setuju mempunyai skor 1.

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini diuji dengan uji validitas dan reliabilitas.

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah alat ukur dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketetapan pengukurannya dapat diandalkan dengan demikian, kevaliditasan sangat berkaitan dengan ketetapan hasil pengukuran. Nilai dikatakan valid apabila lebih besar atau sama dengan 0.30 dan sebaliknya bila nilai dibawah 0.30 maka tidak valid. Data yang telah diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan metode *Construct Validity* dengan menggunakan metode korelasi sederhana. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots(3.2)$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien validitas

N = Banyaknya subyek

X = Nilai pembanding

Y = Nilai dari instrument yang akan dicari validitasnya

### 2. Uji Reliabilitas

#### a. Uji Reliabilitas atau Keandalan.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \dots \dots \dots (3.3)$$

Keterangan :

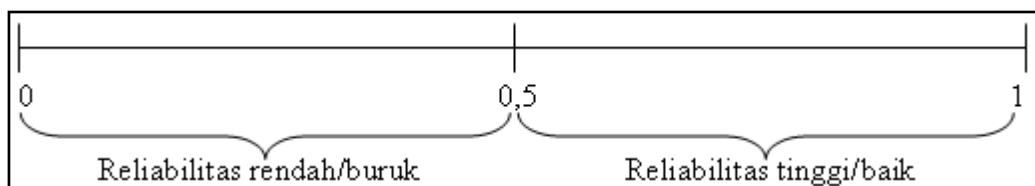
$r$  = koefisien reliabilitas instrumen (Cronbach alpha)

$k$  = banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$  = total varians butir

$\sigma_t^2$  = total varians

Instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh 0,60. Interpretasi reliabilitas bisa menggunakan pertimbangan gambar di bawah ini.



**Gambar 3.1.** Interpretasi Reliabilitas Instrumen Imam Ghozali

Interpretasi reliabilitas bisa juga menggunakan pertimbangan sebagai berikut, jika nilai alpha 0,7 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*), sementara jika alpha 0,80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat.

### 3.6. Metode Analisis Data

#### 3.6.1. Pengolahan dan penyajian data

Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan komputer dengan program aplikasi yaitu SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 22.0.

### 3.6.2. Analisis statistik data

Data yang telah diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga lebih sistematis.

### 3.6.3. Analisis koefisien korelasi

Analisis koefisien korelasi terdiri dari analisis koefisien korelasi parsial dan analisis koefisien korelasi ganda, sebagai berikut :

#### 1. Analisis koefisien korelasi parsial

Koefisien korelasi parsial merupakan alat analisis dihitung untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

a. Korelasi parsial antara  $X_1$  dengan  $Y$  ( $X_2$  dan  $X_3$  konstan)

$$r_{y_1 \cdot 23} = \frac{ry_1 - ry_2 \cdot ry_3 \cdot r_{123}}{\sqrt{\{1 - (ry_2)^2\} \cdot \{1 - (ry_3)^2\} \cdot \{1 - (r_{123})^2\}}} \dots \dots \dots (3.4)$$

b. Korelasi parsial antara  $X_2$  dengan  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_3$  konstan)

$$r_{y_2 \cdot 13} = \frac{ry_2 - ry_1 \cdot ry_3 \cdot r_{123}}{\sqrt{\{1 - (ry_1)^2\} \cdot \{1 - (ry_3)^2\} \cdot \{1 - (r_{123})^2\}}} \dots \dots \dots (3.5)$$

c. Korelasi parsial antara  $X_3$  dengan  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_2$  konstan)

$$r_{y_3 \cdot 12} = \frac{ry_3 - ry_1 \cdot ry_2 \cdot r_{123}}{\sqrt{\{1 - (ry_1)^2\} \cdot \{1 - (ry_2)^2\} \cdot \{1 - (r_{123})^2\}}} \dots \dots \dots (3.6)$$

Keterangan :

$ry_1$  = Koefisien korelasi sederhana antara *personal selling* ( $X_1$ ) dengan keputusan membeli ( $Y$ )

$$= \frac{\sum x_i y_i}{\sqrt{\sum x_i^2} \sqrt{\sum y_i^2}} \dots \dots \dots (3.7)$$

$r_{y_2}$  = Koefisien korelasi sederhana antara kualitas ( $X_2$ ) dengan keputusan membeli ( $Y$ )

$$= \frac{\sum X_{2i}Y_i}{\sqrt{\sum X_{2i}^2} \sqrt{\sum Y_i^2}} \dots\dots\dots(3.8)$$

$r_{y_3}$  = Koefisien korelasi sederhana antara harga ( $X_3$ ) dengan keputusan membeli ( $Y$ )

$$= \frac{\sum X_{3i}Y_i}{\sqrt{\sum X_{3i}^2} \sqrt{\sum Y_i^2}} \dots\dots\dots(3.9)$$

$r_{y_{123}}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_1$   $X_2$  dan  $X_3$

$$= \frac{\sum X_{1i} X_{2i} X_{3i}}{\sqrt{\sum X_{1i}^2} \sqrt{\sum X_{2i}^2} \sqrt{\sum X_{3i}^2}} \dots\dots\dots(3.10)$$

Keterangan :

$r$  = Koefisien korelasi

$x_{1i}$  =  $X_{1i} - \bar{X}_1$

= Selisih skor variabel *personal selling* butir i ( $X_{1i}$ )

$x_{2i}$  =  $X_{2i} - \bar{X}_2$

= Selisih skor variabel kualitas butir i ( $X_{2i}$ )

$x_{3i}$  =  $X_{3i} - \bar{X}_3$

= Selisih skor variabel harga butir i ( $X_{3i}$ )

$y_i$  =  $Y_i - \bar{Y}$

= Selisih skor variabel Keputusan membeli butir i ( $Y_i$ )

$\bar{Y}$  = rata-rata skor variabel Keputusan membeli ( $Y$ )

$\bar{X}_1$  =  $\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{1i}$



$$\begin{aligned}
 &= \text{Rata-rata skor variabel } \textit{personal selling} (X_1) \\
 \bar{x}_2 &= \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{2i} \\
 &= \text{Rata-rata nilai variabel kualitas } (X_2) \\
 &= \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{3i} \\
 \bar{x}_3 &= \text{Rata-rata nilai variabel Harga } (X_3) \\
 \bar{y} &= \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n Y_{1i} \\
 &= \text{Rata-rata skor variabel Keputusan Membeli } (Y)
 \end{aligned}$$

## 2. Analisa koefisien korelasi berganda

Penelitian ini menggunakan korelasi ganda (*multiple correlation*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuat hubungan antara dua variabel secara bersama-sama atau lebih dengan variabel yang lain.

Korelasi Ganda merupakan hubungan secara bersama-sama antara variabel  $X_1$  (*Personal selling*),  $X_2$  (Kualitas),  $X_3$  (Harga), dan  $Y$  (Keputusan Membeli).

Rumus korelasi ganda ditunjukkan pada rumus berikut:

$$R_{yX_1X_2X_3} = \frac{\sqrt{r_{yx1}^2 + r_{yx2}^2 + r_{yx3}^2 - 2r_{yx1}r_{yx2}r_{yx3}r_{x1x2x3}}}{\sqrt{1 - r_{x1x2x3}^2}} \dots\dots\dots(3.11)$$

Keterangan :

- $R_{yX_1X_2X_3}$  = koefisien korelasi ganda antara variabel  $x_1, x_2, x_3$
- $r_{yx1}$  = koefisien korelasi  $X_1$  dengan  $Y$
- $r_{yx2}$  = koefisien korelasi  $X_2$  dengan  $Y$
- $r_{yx3}$  = koefisien korelasi  $X_3$  dengan  $Y$
- $r_{x1x2x3}$  = koefisien korelasi  $X_1, X_2$  dengan  $X_3$

Dengan :

$$r_{yx1} = \frac{n \sum X_1 Y - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2) (n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)}} \dots \dots \dots (3.12)$$

$$r_{yx2} = \frac{n \sum X_2 Y - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2) (n \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2)}} \dots \dots \dots (3.13)$$

$$r_{yx3} = \frac{n \sum X_3 Y - (\sum X_3)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2) (n \sum X_3^2 - (\sum X_3)^2)}} \dots \dots \dots (3.14)$$

$$r_{x1x2x3} = \frac{n \sum X_1 X_2 X_3 - (\sum X_1)(\sum X_2)(\sum X_3)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2) (n \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2) (n \sum X_3^2 - (\sum X_3)^2)}} \dots \dots \dots (3.15)$$

Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi ( $r$ ) tertentu adalah :

1. Jika  $r$  mendekati 0, maka antara variabel X dan variabel Y semakin lemah.
2. Jika  $r$  mendekati -1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan negatif.
3. Jika  $r$  mendekati 1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan positif.

### 3.7. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap  $p$  digunakan untuk memeriksa hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan simultan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Pengujian hipotesis secara parsial

##### a. Hubungan $X_1$ pada Y

$H_0: \rho_1 \leq 0$  (secara parsial tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *personal selling* dengan keputusan pembelian).

$H_a: \rho_1 \geq 0$  (secara parsial terdapat hubungan yang signifikan antara *personal selling* dengan keputusan pembelian).

b. Hubungan  $X_2$  pada Y

$H_0: \rho_2 \leq 0$  (secara parsial tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian).

$H_a: \rho_2 \geq 0$  (secara parsial terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian).

c. Hubungan  $X_3$  pada Y

$H_0: \rho_3 \leq 0$  (secara parsial tidak terdapat hubungan yang signifikan antara harga produk dengan keputusan membeli).

$H_a: \rho_3 \geq 0$  (secara parsial terdapat hubungan yang signifikan antara harga produk dengan keputusan membeli)

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial dilihat dari P-value dibandingkan dengan taraf nyata  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ). Kriteria pengujiannya adalah :

Ho ditolak, jika P-value  $\leq 0,05$  dan

Ho diterima, jika P-value  $\geq 0,05$

3. Pengujian hipotesis secara simultan

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simultan, sebagai berikut :

$H_0: \rho_1, \rho_2, \rho_3 \leq 0$  (Secara simultan tidak terdapat hubungan yang signifikan yang signifikan antara *personal selling* kualitas dan harga dengan keputusan membeli).

$H_a: \rho_1, \rho_2, \rho_3 \geq 0$  (Secara simultan terdapat hubungan yang signifikan antara *personal selling*, kualitas dan harga dengan keputusan membeli).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan dilihat dari nilai significance F dibandingkan dengan taraf nyata  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ). Kriteria pengujiannya adalah:

Ho ditolak, jika significance F  $\leq 0,05$  dan

Ho diterima, jika significance F  $\geq 0,05$