

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan pengertian metode penelitian kuantitatif, menurut Sugiyono (2018:8) menjelaskan yakni pendekatan kuantitatif ialah suatu metode riset yang didasarkan dengan filsafat positivisme, dipergunakan guna melakukan riset dalam populasi ataupun suatu sampelnya. Menurut (Siyoto & Sodik, 2015) dalam bukunya menyatakan penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Oleh karena itu, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dari strategi penelitian secara asosiatif untuk mengungkapkan permasalahan yang bersifat sebab akibat antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017: 13). Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan pengaruh secara objektif dari pengaruh persepsi harga, produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah Cluster Aralia melalui Agent Century 21 Metro Group.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek, yang memiliki kuantitas beserta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Menurut (Arikunto, 2017) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. apabila peneliti ingin meneliti semua elemennya yang ada dalam wilayah penelitian maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi umum adalah konsumen yang membeli rumah Cluster Aralia tahun 2019, 2020 dan 2021 di Century 21 Metro Group.

Tabel 3. 1 Data Populasi

Tahun	Jumlah Konsumen
2019	40
2020	37
2021	28
Jumlah total	105

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono, (2017) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Arikunto (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pencarian sampel, ditentukan dengan memakai rumus dengan tujuan untuk mengetahui jumlah responden yang akan menjadi sampel. Pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk mengetahui jumlah responden yang akan menjadi sampel. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimal (n) jika diketahui ukuran populasi (N) pada taraf signifikansi α , sehingga kemungkinan terjadinya kesalahan yaitu 5% atau $\alpha = 0,05$. Adapun rumus Slovin Menurut Sugiyono (2017:126) sebagai berikut:

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

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

e = nilai error sebesar 5% atau 0.05.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen yang ada sebanyak 105 orang, maka disimpulkan:

$$n = \frac{105}{1 + (105 \times (0.05)^2)}$$

$$n = 83,20$$

Sehingga diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 83 responden.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data jenis data primer. Menurut Sugiyono (2017) Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu persepsi responden yang berhubungan dengan variabel penelitian.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2014) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab atau diberi tanggapan. Metode ini dipilih untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Kuesioner disebar secara online atau daring kepada para konsumen pembeli rumah.

Kuisisioner yang disebar kepada para konsumen berbasis web, dimana responden dapat melakukan pengisian kuisisioner dengan mengklik alamat situs atau web yang disebar. Penyebaran kuisisioner ini dilakukan selama satu minggu dengan jumlah responden 83. Kuisisioner yang diisi oleh responden ini untuk mengetahui adakah pengaruh persepsi harga, produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah Cluster Aralia melalui Agent Century 21 Metro Group pada tahun 2019, 2020 & 2021

Dalam penelitian ini pertanyaan dalam kuesioner disusun sesuai dengan urutan variabel yang sesuai dengan indikator, bertujuan untuk supaya pertanyaan dalam kuisisioner tidak menyimpang dari tujuan penelitian.

3.4 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

3.4.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2017) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang diteliti harus sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017) variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya variabel terikat (*dependen*). Dalam persamaan struktural, variabel bebas disebut sebagai variabel eksogen. Variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Persepsi Harga (X_1) Produk (X_2) dan Lokasi sebagai variabel (X_3).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Menurut Sugiyono (2017) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi yang menjadi suatu akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam persamaan structural, variabel terikat disebut sebagai variabel endogen. Variabel endogen yang dipakai dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y). Operasionalisasi bisa diartikan sebagai seluruh alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki atau mengumpulkan suatu masalah dan menyajikan data-data secara sistematis bertujuan untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji hipotesis.

Alat yang dapat mendukung suatu penelitian disebut instrument penelitian. Instrument penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti, penyusunan instrument penelitian ini berhubungan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persepsi harga (X_1) produk (X_2) dan lokasi sebagai variabel (X_3).

Tabel Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 2 Indikator Persepsi Harga

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No. Item

Persepsi Harga X ₁	Keterjangkauan harga	Harga yang terjangkau	1
	Daya Saing Harga	Membandingkan dengan pesaing	2
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai manfaat yang di dapat	3
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga sesuai kualitas produk yang di dapat	4

Sumber: Kotler dan Amstrong (2018)

Tabel 3. 3 Indikator Produk

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Produk X ₂	Bentuk	Produk sesuai ukuran atau struktur fisik	5
	Fitur	Produk yang melengkapi fungsi	6
	Penyesuaian	Produk sesuai dengan keinginan perorangan	7
	Kualitas kinerja	Produk sesuai dengan kualitas kinerja	8
	Kualitas kesesuaian	Produk sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan	9
	Ketahanan	Produk sesuai dengan ukuran umur	10
	Keandalan	Produk yang tidak akan mengalami kerusakan	11
	Kemudahan perbaikan	Produk yang memudahkan perbaikan	12
	Gaya	Produk yang mengandalkan penampilan	13

	Desain	Produk yang mempunyai totalitas fitur berdasarkan kebutuhan konsumen	14
--	--------	--	----

Sumber : Kotler dan Keller (2016)

Tabel 3. 4 Indikator Lokasi

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Lokasi X ₃	Akses	Lokasi mudah dijangkau	15
	Visibilitas	Lokasi dapat terlihat jelas	16
	Lalu Lintas	Lokasi memberikan peluang besar	17
	Tempat	Lokasi yang luas	18
	Ekspansi	Lokasi memperluas usaha	19

Sumber: Fandy Tjiptono (2016)

Tabel 3. 5 Indikator Keputusan Pembelian

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Keputusan Pembelian Y	Kemantapan pada sebuah produk	Membeli yang ingin digunakan	20
	Kebiasaan dalam membeli produk	Kepuasan konsumen	21
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Mendapat manfaat yang sesuai	22
	Melakukan pembelian ulang	Membeli berulang-ulang	23

Sumber: Kotler (2014)

3.4.2 Skala Pengukuran

Skala biasanya digunakan untuk mengecek dan menetapkan nilai suatu faktor kualitatif dalam ukuran-ukuran kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan

dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2017) juga memberikan penjelasan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang sedang terjadi. Pada pemaparan skala likert, terdapat skor (bobot nilai) sebagai indikator dalam pemaparan skala likert yang diberikan sebagai jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan.

Dari penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa skala likert merupakan alat bantu atau acuan dalam pengukuran data yang menunjukkan suatu kejadian atau fenomena sosial yang sedang terjadi dan dituangkan dalam bentuk data oleh peneliti.

Selain itu skala likert juga digunakan dalam penelitian ini dengan tingkatan sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Skor jawaban berdasarkan skala likert

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RR)	3
4.	Kurang Setuju (KS)	2
5.	Tidak Setuju (TS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:132)

Keterangan : untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat setuju (SS)” memiliki bobot nilai atau skor 5, untuk pertanyaan dengan jawaban “setuju (S)” memiliki bobot nilai atau skor 4, untuk pertanyaan dengan jawaban “ragu-ragu (RR)” memiliki bobot nilai atau skor 3, untuk pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju (TS)” memiliki bobot nilai atau skor 2, dan untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat tidak setuju (STS)” memiliki bobot nilai atau skor 1.

3.5 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap

variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dengan menggunakan aplikasi SPSS. Data yang didapat selanjutnya akan diolah menggunakan software SPSS versi 26.00. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, agar memperoleh hasil yang lebih cepat dan tepat.

3.5.1 Uji Instrumen

Suatu kusioner bergantung pada kualitas data yang digunakan dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna apabila instrument yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak mempunyai tingkat kesahihan dan tingkat keandalan yang bernilai tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

1. Uji validitas

Uji validitas dipakai dengan tujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kusioner. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu hal daftar pertanyaan. Suatu instrumen dikatakan valid jika mampu mengungkapkan data dari sebuah variabel yang sedang dipelajari. Dalam penelitian ini untuk mencapai validitas instrumen dilakukan dengan uji validitas secara internal.

Selain itu menurut Sugiyono (2017) biasanya syarat minimal yang dianggap sah adalah jika $r = 0,30$. jadi jika instrumen kurang dari 0,30 maka dinyatakan tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item pertanyaan dengan skor total.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrument ini yaitu *product Moment* dari Karl Pearson, yaitu:

$$r_{hitung} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

keterangan:

r_{hitung} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Banyaknya subyek

X = Skor yang diperoleh subyek dari setiap item (n)

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu alat untuk mengukur suatu kusioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Kusioner dikatakan realible jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Cara yang dilakukan untuk menguji realibilitas kusioner dalma penelitian ini yaitu mengukur realiabilitas dengan uji *statistic Cronbach Alpha*.

Untuk dapat mengetahui kusioner tersebut sudah reliable akan dilakukan pengujian realibilitas kusioner dibantu dengan program computer SPSS. Instrument yang digunakan dalam variabel tersebut dikatakan handal (reliable) jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 Priyatno (2014:26).

Koefisien Alpha Cronbach:

$$a_{it} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan:

k = jumlah butir kusioner

a_{it} = koefisien keterandalan butir kusioner

$\sum S_i^2$ = jumlah variansi skor butir yang valid

S_t^2 = variansi total skor butir

Untuk mencari besarnya suatu variansi butir kusioner dan variansi total skor butir , maka menggunakan rumus:

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} - \left[\frac{\sum X_i}{n} \right]^2$$

Keterangan:

$\sum X_i$ = jumlah skor tiap butir

$\sum X_i^2$ = jumlah kuadrat skor tiap butir

3.5.2 Cara Penyajian Data

Setelah data diolah, kemudian diperoleh hasil atau output SPSS. Dalam penelitian ini data yang terkumpul disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah untuk menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Dimana dilakukannya tabulasi. Tabulasi ialah perhitungan yang telah dikumpulkan di masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dipahami. Data yang diperoleh, setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian.

3.6 Analisis Statistik Data

Untuk membahas hasil penelitian, peneliti menggunakan data berpasangan berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena itu terdapat lebih dari satu variabel independen, yakni tiga variabel independent dan satu variabel dependen. Maka, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis sebagai berikut:

3.6.1 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018) koefisien determinasi (R^2) menjelaskan bahwa untuk alat mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas.

Untuk mengukur variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

1. Jika KD mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.

2. Jika KD mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.6.1.1 Koefisien Determinasi Parsial

Uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh pada variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen konstan, sebagai berikut:

1. Koefisien determinasi parsial X_1 terhadap Y

$$KD_{1.2345} = r_{y1.2345}^2 \times 100\%$$

2. Koefisien determinasi parsial X_2 terhadap Y

$$KD_{2.1345} = r_{y2.1345}^2 \times 100\%$$

3. Koefisien determinasi parsial X_3 terhadap Y

$$KD_{3.1245} = r_{y3.1245}^2 \times 100\%$$

3.6.1.2 Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara lingkungan kerja, motivasi, disiplin kerja, kompetensi, dan budaya organisasi terhadap prestasi kerja yang dilakukan secara bersamaan atau serentak. Kemudian rumus yang digunakan dalam koefisien determinasi berganda adalah, sebagai berikut:

1. $KD_{1.2345} = r_{y1.2345}^2 \times 100\%$

3.6.2 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui suatu kebenaran dari sebuah dugaan. Menurut sugiyono (2017) hipotesis dasar yang dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah suatu penelitian. Sedangkan Menurut (Ghozali, 2018) pengujian hipotesis digunakan untuk menguji arah hubungan atau pengaruh antara variabel dengan variabel dependen. Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial maupun berganda. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

3.6.2.1 Uji Signifikan Parsial (Uji-T)

Menurut (Ghozali, 2016) mengungkapkan uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial berdasarkan hasil data dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
 Ho: $\rho_{y1.2345} = 0$: (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang besar antara persepsi harga terhadap keputusan pembelian)
 Ha: $\rho_{y1.2345} \neq 0$: (Secara parsial terdapat pengaruh yang besar antara persepsi harga terhadap keputusan pembelian)
2. Pengaruh Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)
 Ho: $\rho_{y2.1345} = 0$: (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang besar antara produk terhadap keputusan pembelian)
 Ha: $\rho_{y2.1345} \neq 0$: (Secara parsial terdapat pengaruh yang besar antara Produk terhadap keputusan pembelian)
3. Pengaruh Lokasi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian(Y)
 Ho: $\rho_{y3.1245} = 0$: (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang besar antara lokasi terhadap keputusan pembelian)
 Ha: $\rho_{y3.1245} \neq 0$: (Secara parsial terdapat pengaruh yang besar antara Lokasi terhadap keputusan pembelian)

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dapat dilihat dari nilai P-value dibandingkan dengan α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria:

Ho ditolak jika P-value $< 0,05$

Ha diterima jika P-value $< 0,05$

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

Ha ditolak jika P-value $\geq 0,05$

3.6.2.2 Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Ghozali (2018) menjelaskan bahwa uji F digunakan untuk membuktikan apakah variabel independent secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. $H_0 : \rho_{123} = 0$ (Secara simultan Persepsi Harga, Produk dan Lokasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian)
2. $H_0 : \rho_{123} \neq 0$ (Secara simultan Persepsi Harga, Produk dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian)

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara simultan, dilakukan dengan membandingkan nilai significant F dan taraf nyata (α) penelitian sebesar ($5\%=0,05$) dengan kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2018:79) :

- a. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independent atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.
- b. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independent atau bebas tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.