

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang status terakhir subjek penelitian, yang merupakan metode penelitian faktual tentang status sekelompok orang, suatu objek, suatu keadaan, sistem pemikiran atau peristiwa dalam saat ini, (Purba et al, 2021). dengan interpretasi yang benar. Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk mengetahui perkembangan variabel Harga (X1), Promosi (X2), dan keputusan pembelian (Y) melalui niat beli (Y) sebagai variabel mediasinya.

B. Lokasi/Obyek dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kavling A-1, Mojorejo Land, RT.15 RW.4, Pendem, Kec, Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur 65324. Indonesia. Pemilihan kota dan perumahan tertentu ini dilakukan dengan tujuan agar penelitian dapat lebih relevan dan representatif terhadap populasi yang menjadi fokus.

C. Populasi, Sampel, dan Sampling

Populasi adalah keseluruhan dari objek atau individu yang memiliki karakteristik (sifat-sifat) tertentu yang akan diteliti. Populasi juga disebut univesum (*universe*) yang berarti keseluruhan, dapat berupa benda hidup atau benda mati, (Silaen, 2018). Populasi bukan hanya manusia tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah 43 konsumen yang membeli rumah di Perumahan Permata Permadani.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada 43 konsumen yang pernah melakukan pembelian. Dengan demikian, jumlah total sampel yang diambil adalah sebanyak 43 responden.

Teknik pengambilan sampel atau biasa disebut dengan sampling adalah proses menyeleksi sejumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel, dan memahami berbagai sifat atau karakter dari subjek yang dijadikan sampel (Handayani, 2020). Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan populasi dengan cara menggunakan non probability sampling dimana teknik ini memberikan peluang atau kesempatan ke setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan yaitu teknik sampel jenuh.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena (Nurdin et al, 2019). Mendefinisikan variabel secara operasional adalah menggambarkan atau mendeskripsikan variabel penelitian sedemikian rupa, sehingga variabel tersebut bersifat spesifik (tidak berinterpretasi ganda) dan terukur (*observable* atau *measureable*). Definisi operasional variabel melibatkan penentuan indikator atau tanda-tanda khusus yang digunakan untuk mengukur atau mengamati konsep yang ingin diteliti. Adapun variabel beserta operasionalnya akan dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Keputusan Pembelian (Y) , keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen benar-benar membeli.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk. 2. Kebiasaan dalam membeli produk. 3. Rekomendasi dari orang lain. 	(Kotler, 2018)
Niat Beli (Z) , niat beli adalah perilaku konsumen yang mencerminkan sejauh mana mereka memiliki komitmen untuk melakukan pembelian barang atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk. 2. Mempertimbangkan untuk membeli. 3. Tertarik untuk mencoba. 4. Ingin mengetahui produk. 5. Keinginan memiliki produk. 	(Schiffman & Kanuk, 2008)
Harga (X1) , Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Kesesuaian harga dengan manfaat. 4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. 	(Kotler dan Amstrong, 2016)
Promosi (X2) , Promosi adalah kegiatan untuk memberikan informasi dan menarik konsumen untuk mengenal produknya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan promosi seberapa baik pesan promosi dilakukan dan disampaikan ke konsumen atau pasar. 2. Media promosi yang dipilih dan digunakan oleh perusahaan untuk melakukan promosi. 3. Waktu promosi seberapa lama waktu perusahaan untuk melakukan program promosi. 4. Frekuensi promosi jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu oleh perusahaan melalui media promosi penjualan. 	(Kotler dan Keller, 2016)

E. Penskalaan Data

Teknik yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert adalah teknik pengukuran yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat dari individu atau kelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2012). Skala likert digunakan dalam mengukur pertanyaan yang ada pada tiap indikator dalam variabel. Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan pertanyaan (kuesioner/angket) dimana harga (X1), promosi (X2), terhadap keputusan pembelian (Y) melalui niat beli (Z). Pengukuran data dilakukan menggunakan Skala Likert 5 poin, dimana skala ini memiliki rentang nilai dari 1 hingga 5, mencakup dari tingkat ketidaksetujuan hingga tingkat persetujuan yang tinggi. Setiap pertanyaan dalam kuesioner memiliki lima opsi jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No.	Skala Jawaban	Skor
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: Sugiono, 2012)

F. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Dalam penelitian kuantitatif, umumnya data dilakukan melalui metode survei, baik secara konvensional (terjun langsung di lapangan) atau secara daring melalui (*Googleform*). Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh (Sujarweni, 2018). Dalam pengumpulan data, penelitian ini peneliti menggunakan data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Untuk mengumpulkan

data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden (Sugiyono, 2018). Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner telah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti. Dengan cara ini, data diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang membeli rumah pada Perumahan Permata Permadani.

2. Teknik Pengumpulan Data

Cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan (Sugiyono, 2017) dengan :

a. Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017). Tujuan kuesioner dapat melibatkan pengumpulan data, evaluasi kepuasan, atau mendapatkan pemahaman mendalam tentang suatu topik. Biasanya, kuesioner berisi serangkaian pertanyaan yang dapat berupa pilihan ganda, skala likert atau pertanyaan terbuka. Hasil dari kuesioner digunakan untuk menganalisis dan menyimpulkan temuan yang berkaitan dengan topik penelitian. Peneliti akan memberikan pertanyaan kepada sesuai dengan indikator variabel. Kuesioner akan dibagikan kepada konsumen yang membeli perumahan pada Permata Permadani dan manajemen perusahaan berupa *google form* untuk diisi sesuai pendapat responden.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2018).

G. Pengujian Instrumen

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana pengukuran tersebut mencerminkan atau mengukur dengan tepat apa yang seharusnya diukur (Febrianawati, 2017). Pengukuran dianggap valid jika dapat secara akurat mencapai tujuan atau sasaran pengukuran tersebut. Untuk menguji validitas, dilakukan korelasi bivariat antara skor-skor indikator dengan total skor konstruk, sering menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, yang dirumuskan sebagai berikut (Ghozali, 2011):

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Jumlah pengamatan

$\sum x$ = Jumlah pengamatan dari nilai X

$\sum y$ = Jumlah pengamatan dari nilai Y

Keputusan pengambilan data dapat dibuat dengan berdasarkan pada hasil berikut:

- a. Jika R hasil positif, serta R hasil $\geq R$ table instrument atau data tersebut valid.
- b. Jika R hasil positif, serta R hasil $< R$ table instrument atau data tersebut tidak valid.

Validitas suatu pertanyaan juga dapat dinilai berdasarkan nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi kurang dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan, maka pertanyaan tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih tinggi dari taraf signifikansi yang ditentukan, maka pertanyaan tersebut dianggap tidak valid. Perlu

diingat bahwa data yang diperoleh tidak selalu memiliki validitas yang pasti. Jika hasil pengujian menunjukkan ketidakvalidan, ada dua opsi yang dapat diambil:

- a. Memperbaiki pernyataan dalam kuesioner yang dianggap tidak valid dan mendistribusikannya kembali kepada responden untuk pengisian ulang.
- b. Menghapus pertanyaan yang tidak valid dan kemudian melakukan pengujian validitas kembali untuk melihat perubahan yang terjadi.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metode untuk mengukur sejauh mana kuesioner mencerminkan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011). Suatu kuesioner dianggap reliabel jika respon individu terhadap pertanyaan-pertanyaan dalamnya tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas, digunakan uji statistik *Cronbach Alpha* dengan nilai yang diharapkan lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2011). Di bawah ini adalah rumus perhitungan reliabilitas:

$$\alpha = \frac{(K)r}{1+(K-1)r}$$

Keterangan :

α = alpha (0,60)

K = jumlah variabel independent dalam persamaan

r = koefisien rata – rata korelasi antar variabel

Jika hasil pengujian menyatakan bahwa tidak reliabel, langkah-langkah yang akan diambil adalah sebagai berikut:

- a. Memperbaiki pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang dianggap tidak reliabel dan mendistribusikannya kembali kepada responden untuk diisi ulang.
- b. Menggunakan atau menghapus pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang tidak reliabel setelah melakukan pengujian, atau

tidak memasukkan nilai dari pernyataan-pernyataan yang tidak reliabel dalam pengujian selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Pada uji normalitas bisa diuji menggunakan statistik ialah kolmogoro Smirnov. Uji kolmogorow smirnov adalah uji statistik kerap dilakukan dalam penalaran kenormalan atau normalitas. Kriteria putusan yang diambil pada pengujian kolmogorow smirnov adalah nilai $\text{sig} < 0,05$ distribusi data tidak normal dan $\text{sig} > 0,05$ distribusi normal (Sari et al., 2020). Uji normalitas ini dikerjakan bertujuan guna memeriksa bagaimana data yang bersumber pada populasi terdistribusi normal atau tidak (Pasaribu, 2018).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel independent pada model regresi saling berkorelasi (Ghozali, 2005). Apabila terjadi korelasi antara variabel independent, maka variabel tersebut dapat dikatakan tidak ortogonal. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan melihat nilai tolerance value atau Variance Inflation Factor (VIF) dengan kriteria keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika $\text{VIF} \geq 10$ dan nilai *tolerance* $\leq 0,10$ maka terjadi gejala multikolinearitas.
- 2) Jika $\text{VIF} < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi gejala multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas artinya varians variabel dalam model tidak sama. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat adanya kasus heteroskedastisitas adalah dengan melakukan Uji Glejser. Uji ini mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Gunawan, 2016). Jika residual memiliki varians yang sama disebut homoskedastisitas. Jika variansnya tidak sama disebut heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, begitupula sebaliknya.

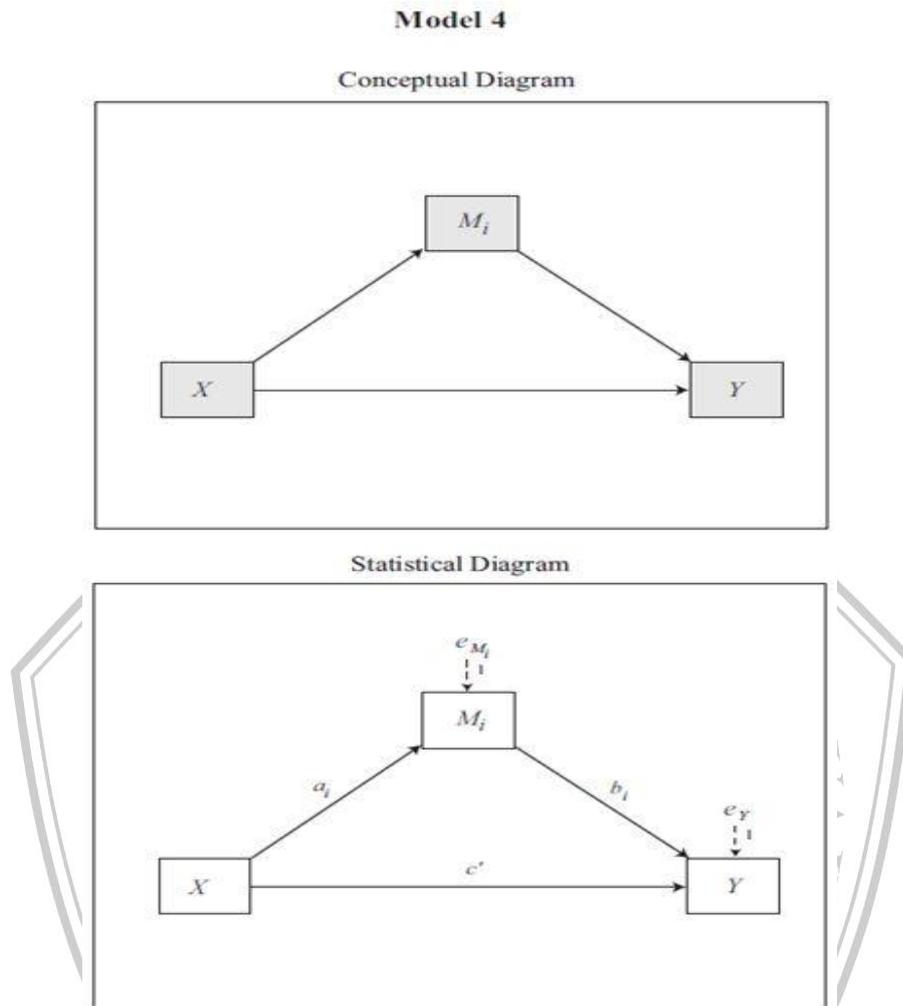
H. Metode Analisis Data

1. MRA Process Macro Hayes

Uji Moderasi Process Macro ini merupakan alat yang ditemukan oleh Andrew F. Hayes (2013). Hayes 2013 memperkenalkan alat analisis yang disebutnya sebagai Conditional Process Analysis yang diklaim dapat digunakan bilamana tujuan penelitian adalah untuk memahami mekanisme dimana efek sebuah variabel dengan kondisi tertentu (adanya moderasi) ditransmisi kepada variabel yang lain. Keunggulan untuk alat analisis ini adalah kemampuan untuk menghitung model yang melibatkan moderasi dan mediasi secara simultan (single integrated analytical model – conditional process model).

Moderation Process Analysis oleh Hayes (2013) pada dasarnya memiliki fungsi yang sama dengan regresi linier berganda melalui SPSS, akan tetapi melalui metode ini, peneliti langsung bisa melihat apakah ada efek interaksi yang terjadi dan signifikansi hubungannya dalam sekali proses. Hubungan antar variable dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan jika nilai Probability kurang dari 0,05. Menggunakan model 4 dengan dua kali pengujian.

Gambar 2.3 Model Mediasi Sederhana



2. Uji Hipotesis

Keunggulan dari Process Macro Hayes (2013) yaitu hanya perlu melakukan satu kali analisis untuk melihat efek mediasi. Persyaratan yang digunakan pada Process Macro Hayes (2013) yaitu diperlukan asumsi bahwa variabel dependen dan independen memiliki pengaruh yang linier (Hayes, 2013). Penggunaan metode bootstrapping dalam Process Macro Hayes (2013) tidak memerlukan asumsi normalitas dan rentang nilai jika BootLLCI dan nilai Boot ULCI tidak mencakup nilai nol, maka estimasi signifikan dan terjadi efek mediasi

Penjelasan terkait hasil pengujian menggunakan Process Macro Hayes (2013) sebagai berikut :

- a. Jika nilai Probability $< 0,05$ maka pengaruh antar variable dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan.
- b. Jika nilai Probability $> 0,05$ maka pengaruh antar variable dapat dinyatakan tidak berpengaruh positif dan signifikan.
- c. Jika nilai effect variabel mediasi pada pengaruh tidak langsung berada diantara nilai BootLLCI dan BootULCI, dapat dinyatakan variabel mediasi dapat memediasi pengaruh variabel bebas terhadap terikat.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat yang dilihat melalui R Square. Nilai ini dari pengujian antara 0 dan 1. Hasil yang didapat yaitu $> 0,5$ maka model yang digunakan dianggap cukup handal dalam membuat estimasi positif. Semakin besar R Square maka semakin baik model yang juga digunakan dalam menjelaskan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, yang begitu juga sebaliknya.

