

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitian korelasional dengan Uji Hipotesis. Karena adanya pengaruh antara suatu variabel dengan variable lainnya serta diperlukan sebuah pengujian untuk membuktikan kebenarannya.

A. Penelitian Korelasional

Penelitian korelasi atau korelasional adalah suatu penelitian untuk mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa ada upaya untuk mempengaruhi variabel tersebut sehingga tidak terdapat manipulasi variabel (Faenkel dan Wallen, 2008:328).

B. Uji Hipotesis

Menurut Kerlinger (1973:18) dan Tuckman (1982:5) mengartikan hipotesis adalah sebagai dugaan terhadap hubungan antara dua variable atau lebih. Uji Hipotesis adalah cabang Ilmu Statistika Inferensial yang dipergunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut. Pernyataan ataupun asumsi sementara yang dibuat untuk diuji kebenarannya tersebut dinamakan dengan Hipotesis (Hypothesis) atau Hipotesa.

3.2 Variabel dan Pengukuran

Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi fokus di dalam suatu penelitian, baik yang berbentuk abstrak maupun real. Variabel merupakan nilai yang memiliki banyak varian, atau suatu yang bersikap berubah-ubah dan tidak tetap.

Variabel bisa juga diartikan sebagai suatu besaran yang dapat diubah atau berubah sehingga bisa mempengaruhi peristiwa atau hasil penelitian. Variabel merupakan konsep yang mempunyai nilai yang bermacam-macam. Suatu konsep dapat diubah menjadi suatu variabel dengan cara memusatkan pada aspek tertentu dari variabel itu sendiri.

Macam Macam Variabel:

Variabel independen, yaitu variabel yang terjadi karena perubahan dan menimbulkan variabel terikat atau variabel dependen. Variabel dependen, yaitu variabel yang tidak bebas, terikat dan mempengaruhi setiap variabel bebas atau variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah sikap marketing terhadap keputusan pembelian. Variabel independen terdiri dari *Reliability(X1)*, *Responsiveness(X2)*, *Assurance(X3)*, *Empathy(X4)*, dan *Integrity(X5)* yang menjelaskan tentang bagaimana pengaruh beberapa hal tersebut terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen melalui Galaxy property di Malang. Secara ringkas variable, indicator dan item pertanyaan tiap variable dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3.1
Tabel Variabel dan Indikator/Item

Variabel	Definisi	Indikator/Item
<i>Reliabilty(X1)</i>	Pelayanan yang diberikan selalu tepat waktu dan menimbulkan rasa	1. Kualitas yang ditawarkan sesuai dengan yang dijanjikan.

	simpatik.	2. Melayani customer dengan sabar dan mau mengerti apa yang diinginkan customer.
<i>Responsiveness(X2)</i>	Pelayanan yang tanggap serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas.	1. tanggap memberikan informasi dan alternative penawaran pada konsumen ketika customer kurang cocok dengan pilihan properti yang ditawarkan. 2. menjelaskan prosedur dan dokumen apa yang harus dibawa, saat terjadi pembelian dengan jelas dan mudah dimengerti.
<i>Assurance(X3)</i>	Kepastian yang diperoleh dari pengetahuan yang dimiliki dan komunikasi yang baik sehingga menimbulkan rasa percaya konsumen.	1.Sikap sopan santun dan cara berkomunikasi yang baik ketika melayani customer. 2.Memiliki kemampuan dan memahami tentang seluk beluk tentang properti.
<i>Empathy(X4)</i>	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga menumbuhkan rasa nyaman dan percaya.	1.memahami keinginan customer untuk mengetahui property mana yang diminati. 2. Melayani customer dengan sepenuh hati dalam memilih properti.

<i>Integrity(X5)</i>	Perilaku penjual dalam menjalankan bisnis memberikan informasi property yang sesuai dengan realita sehingga menimbulkan rasa percaya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan menyampaikan kekurangan dan kelebihan suatu properti sesuai dengan keadaan. 2. Kemampuan meyakinkan properti yang ditawarkan berkualitas dan bisa dipercaya keamanannya.
Keputusan Pembelian(Y)	Suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen setelah melalui proses penilaian dari berbagai alternative sesuai dengan kebutuhan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi properti yang strategis dan harga yang sesuai. 2. Desain properti yang menarik dan memiliki nilai estetika.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Likert menurut Djaali (2008) adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. Skala Likert menggunakan interval setiap jawaban responden dengan skor 1 sampai dengan 5. Sebagai alternative jawaban yang akan digunakan dalam penelitian ini, skor yang akan digunakan untuk setiap item pertanyaan adalah sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju(STS) :skor 1
2. Tidak Setuju(TS) :skor 2
3. Netral(N) :skor 3
4. Setuju(S) :skor 4
5. Sangat Setuju(SS) :skor 5

Setiap indicator akan ditafsirkan dengan menggunakan metode *Top two box* yang dimana akan diambil jumlah persentase jawaban sangat setuju dan setuju. Untuk menafsirkan variable akan menggunakan metode Weighted mean score. Metode Weighted mean score digunakan karena hasil distribusi frekuensi variable memiliki rata-rata sampel yang berbeda sehingga diperlukan suatu ukuran rata-rata dari seluruh sampel. Berikut ini adalah rentang nilai untuk Weighted mean score:

Tabel 3.2

Tabel Rentangan Weighted mean score

Rentang nilai	Kriteria
4,01-5,00	Sangat Baik
3,01-4,00	Baik
2,01-3,00	Biasa
1,01-2,00	Buruk
0-1,00	Sangat Buruk

3.3 Populasi dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah

totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang akan diteliti. Dengan kata lain populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji.

Menurut Arikunto (2008:116) “Penentuan pengambilan Sample sebagai berikut: Apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-55% atau lebih tergantung sedikit banyaknya. Dalam penelitian ini keseluruhan populasi ada 250 transaksi sejak tahun 2016-2018.

Tabel 3.3

Tabel Penjualan Properti Tahun 2016-2018

Tipe Properti (dalam transaksi)	2016	2017	2018	Jumlah
Tanah	30	53	32	115
Rumah Hunian	21	12	7	40
Apartment	46	21	28	95

Populasi yang diambil 40 transaksi, yaitu pada konsumen pembelian rumah tinggal sebagai batasan masalah.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui suatu cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Dengan kata lain pengertian sampel adalah sebagian, atau subset, dari suatu populasi. Teknik pengambilan sampel digunakan pada saat meneliti jumlah sampel yang sudah ditentukan dengan jumlah data yang tersedia. Menurut Sugiyono(2012) mengemukakan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.

Adapun perbedaan yang paling mendasar antara Populasi dengan Sampel dalam penelitian kuantitatif adalah populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan, sedangkan sampel adalah sebagian kecil dari populasi penelitian tersebut. Dalam penelitian ini ditetapkan hanya ada 40 sampel yang dikhususkan pada konsumen pembelian rumah hunian. Karena peneliti berasumsi bahwa rumah hunian adalah salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Hal ini didasarkan dari teori kebutuhan Abraham Maslow (dalam bukunya “Kebutuhan Dasar Manusia”).

Pada penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling. Purposive sampling adalah salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Kriteria sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah pembeli rumah melalui Galaxy di Malang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner atau angket. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011: 162). Dalam penelitian ini lembar angket terdiri dari beberapa pernyataan yang dapat memberikan informasi kepada peneliti mengenai Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Properti (Studi Pada Galaxy Malang).

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2013:52). Untuk melakukan uji validitas dilihat dari tabel Item- Total Statistics. Apabila nilai r hitung $>$ r tabel, berarti pernyataan tersebut valid dan apabila nilai r hitung $<$ r tabel, berarti pernyataan tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Realibilitas merupakan alat untuk menguji kekonsistenan jawaban responden atas pertanyaan di kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013: 47). Untuk mengukur reliabilitas dari instrumen penelitian ini dilakukan dengan Cronbach's Alpha. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode one shot dimana pengukuran dilakukan hanya satu kali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban. Dalam pengukurannya one shot akan dilakukan dengan analisis Cronbach's Alpha. Ghozali (2013: 238) mengklasifikasikan nilai cronbach's alpha sebagai berikut:

- a. Nilai Cronbach's Alpha antara 0,00 - 0,20 dikatakan kurang reliabel;
- b. Nilai Cronbach's Alpha antara 0,21 - 0,40 dikatakan agak reliabel;
- c. Nilai Cronbach's Alpha antara 0,41 - 0,60 dikatakan cukup reliabel;
- d. Nilai Cronbach's Alpha antara 0,61 - 0,80 dikategorikan reliabel;
- e. Nilai Cronbach's Alpha antara 0,81 - 1,00 dikatakan sangat reliabel.

3.5.2 Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residul berdistribusi normal atau tidaknya dengan analisis grafik yaitu dengan melihat grafik histogram dan normal probability plot (Ghozali, 2013:160). Pengujian normalitas data menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Ketentuan suatu model regresi berdistribusi secara normal apabila probability dari Kolmogrov-Smirnov lebih besar dari ($p > 0,05$). Pengujian distribusi normal dilakukan dengan cara melihat histogram yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Disamping itu digunakan normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Kriteria pengujian pada uji multikolonieritas, nilai Tollerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 menunjukkan adanya multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2013:105).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model yang baik adalah model Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2013: 139). Cara untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas diuji dengan uji glejser, uji park, uji white, dan uji grafik plot. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variable dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. (Imam Ghozali,2011:139-143).

3.6 Metode Analisis Data

1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian properti. Model hubungan nilai konsumen dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005:82):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian Properti

α = Konstanta

$\beta_{1,2,3,4,5}$ = Koefisien Regresi

X 1 = *Reliability* X 3 = *Assurance*

X 2 = *Responsiveness* X 4 = *Empathy* X 5 = *Integrity*

3.7 Uji Hipotesis

1. Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan modal dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi, dependen amat terbatas. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah biasa terhadap jumlah variable independen yang dimasukkan kedalam model (Ghazali, 2013: 97).

2. Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/ terikat (Ghozali, 2013: 98). Adapun langkah-langkah dalam pengujian adalah:

Ho : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 = 0$, artinya variabel-variabel bebas (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Intergrity*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikatnya (keputusan pembelian).

Ha : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 \neq 0$, artinya variabel-variabel bebas (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Intergrity*) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama sama terhadap variabel terikatnya (keputusan pembelian).

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut : Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi

a. Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka Ho diterima dan Ha ditolak artinya *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Intergrity* secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

b. Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Intergrity* secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan pembelian (untuk tingkat signifikansi = 5 %).

c. Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel

Apabila F tabel $>$ F hitung, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Apabila F tabel $<$ F hitung, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

3. Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable independen secara individual dalam menerangkan variabel (Ghozali : 2013: 98). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah $H_0:\beta=0$, artinya variabel-variabel bebas (artinya *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Intergrity*) secara individual tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). $H_a:\beta\neq 0$, artinya variabel-variabel bebas (artinya *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Intergrity*) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

a. Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya faktor *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Intergrity* tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

b. Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya faktor *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Intergrity* mempengaruhi pengaruh variabel keputusan pembelian (untuk tingkat signifikansi = 5 %).

c. Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel

Apabila t tabel $>$ t hitung, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila t tabel $<$ t hitung, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.