

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat kausal (sebab-akibat) yaitu penelitian yang bersifat menjelaskan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Penelitian ini bersifat kausal (sebab-akibat) yaitu penelitian dengan memfokuskan pada beberapa variabel yang berhubungan (paradigma penelitian), merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis dan teknik analisis yang akan digunakan (Sugiyono,2010: 59).

3.2 Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih, maka lokasi penelitian ini dilakukan konsumen yang membeli perumahan Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi di Kabupaten Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2010:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memutuskan membeli perumahan Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi di Kabupaten Gresik.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2010;81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Dengan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposiv sampling*. Dengan penyebaran kuesioner dan setiap tipe perumahan di Gresik kota Baru diberikan 5 sampai dengan 10 kuesioner secara acak kesetiap rumah yang sesuai dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini penarikan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan Sugiyono (2010: 61) menyatakan bahwa *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Menurut Sugiyono (2010:128), pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya, dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.. Menurut

Irawan dalam Sukandarrumidi (2010:54) mengatakan bahwa jumlah sampel minimum adalah 100 responden yang membeli perumahan Gresik Kota Baru pada PT. Bumi Lingga Pertiwi. Adapun ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan rumus coachran:

$$n = P (1 - P) (Z / E)^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

P = populasi dengan probabilitas 0,5

Z = tingkat kepercayaan 95%, Z = 1,96

E = standar error

Maka, n (jumlah sampel) = $0,5 (1 - 0,5) (1,96 / 0,1)^2 = 0,25 (384,16) = 96,04$ (dibulatkan menjadi 100 sampel)

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi. Menurut Sugiyono (2010;193).

3.4.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Menurut Narimawati (2008;98) data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli, dari hasil penyebaran kuesioner berisi tentang pengaruh kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi di

Kabupaten Gresik. Data sekunder adalah data yang didapat secara tidak langsung yang didapat dari buku dan sumber penelitian pada PT Bumi Lingga Pertiwi (Sugiyono, 2010 : 402).

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan melalui kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket atau daftar pertanyaan kepada responden agar didapat keterangan dan data yang lebih terperinci tentang masalah yang sedang diteliti. Jawaban yang diharapkan dalam penelitian ini telah disediakan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang dianggap sesuai.

3.6 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010:58)

1. Variabel bebas / *Independent*

Variabel *Independent* (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. Kualitas Produk (X1)
- b. Citra merek (X2)
- c. Gaya hidup (X3)

d. Harga (X4)

2. Variabel terikat / Dependent

Variabel dependent (terikat) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.6.2 Definisi Operasional

Variabel-variabel yang digunakan dalam “Pengaruh kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi di Kabupaten Gresik” adalah:

1. Variabel Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk adalah kegiatan yang dilakukan oleh Bumi Lingga Pertiwi dalam meningkatkan kualitas hasil atau produk guna memuaskan para konsumen. Kualitas produk memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Bahan baku berstandar
- b. Desain yang terkini
- c. Daya tahan
- d. Tempat tinggal yang nyaman

2. Variabel Citra merek (X2)

Citra Merek (*brand image*) adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut. Adapun indikator yang digunakan adalah:

- a. Mudah diingat.
- b. Reputasi yang baik

c. Menimbulkan hubungan emosional antara merek dengan konsumennya.

3. Variabel Gaya hidup (X3)

Gaya hidup adalah bagaimana seseorang menjalankan apa yang menjadi konsep dirinya yang ditentukan oleh karakteristik individu yang terbangun dan terbentuk sejak lahir dan seiring dengan berlangsungnya interaksi sosial selama mereka menjalani siklus kehidupan. Memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Aktivitas (*activity*)
- b. Minat (*interest*)
- c. Pendapat (*opinion*)

4. Variabel Harga (X4)

Harga Adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. . Adapun indikator adalah:

- a. Terjangkaunya biaya.
- b. Kesesuaian antara harga dengan kualitas.
- c. Kemudahan cara pembayaran.

5. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Tjiptono (2008;156) “Keputusan pembelian didasari pada informasi tentang keunggulan suatu produk yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah seseorang untuk melakukan keputusan pembelian”. Kotler (2009;5) menyebutkan bahwa

keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Indikatornya adalah:

- a. Menentukan pilihan dengan mengumpulkan data/informasi.
- b. Keyakinan akan kualitas jasa.
- c. Kesesuaian kebutuhan.

3.7 Pengukuran Variabel

Pengukuran dari tiap variabel dilakukan dengan alat bantu menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2010:93) menyatakan bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Biasanya indikator ini diamati dengan menggunakan kuesioner atau angket yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang sesuatu hal. Skala yang sering dipakai adalah skala ordinal yaitu skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban.

Preferensi yang dimaksud memberikan pilihan terhadap responden yang menunjukkan preferensi sangat setuju atau sangat tidak setuju kepada setiap pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang dinilai.

1. Responden akan mendapat nilai 5 bila responden menjawab SS (Sangat Setuju)

2. Responden akan mendapat nilai 4 apabila responden menjawab S (Setuju).
3. Responden akan mendapat nilai 3 apabila responden menjawab RG (Ragu-ragu).
4. Responden akan mendapat nilai 2 apabila responden menjawab TS (Tidak Setuju).
5. Responden mendapat nilai 1 apabila responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju).

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen Sugiyono (2008:172). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Cara yang dipakai dalam menguji tingkat validitas adalah dengan variabel internal, yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukurnya menggunakan analisis butir. Pengukuran pada analisis butir yaitu dengan cara skor-skor yang ada kemudian dikorelasikan dengan menggunakan Rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Santoso, (2009 : 280) sebagai berikut:

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

dengan pengertian

- r : koefisien korelasi antara x dan y r_{xy}
 N : Jumlah Responden
 X : Skor item
 Y : Skor total
 $\sum X$: Jumlah skor items
 $\sum Y$: Jumlah skor total
 $\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item
 $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

Kesesuaian harga r diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan rumus diatas dikonsultasikan dengan tabel harga regresi moment dengan korelasi harga r lebih besar atau sama dengan regresi tabel, maka butir instrumen tersebut valid dan jika r lebih kecil dari regresi tabel maka butir instrumen tersebut tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (kehandalan) adalah nilai yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan (konsisten). Dalam uji reliabilitas ini suatu butir atau variabel dikatakan reliabel jika $r_{\alpha} > r_{\text{table}}$ Santoso, (2009;280).

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode

pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang menjelaskan.

Rumus Uji Durbin Watson sebagai berikut:

$$d = \frac{\sum(e_n - e_{n-1})^2}{\sum e_x^2}$$

Keterangan:

d = nilai Durbin Watson
 e = residual

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Terjadi multikolinieritas pada variabel-variabel independen jika kolerasi antar variabel independen / bebas sangat tinggi atau mendekati 1 (Sarwono, 2012). Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol Ghazali (2011; 91). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonieritas pada suatu model regresi, diantaranya dengan melihat nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) yaitu:

1. Jika nilai tolerance > 0.10 dan VIF < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolonieritas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai tolerance < 0.10 dan VIF > 10 , maka dapat diartikan bahwa terjadi gangguan multikolonieritas pada penelitian tersebut.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas*. Jika *variance* tersebut berbeda, maka disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2011;105).

Gejala heteroskedastisitas terjadi sebagai akibat ketidaksamaan data, terlalu bervariasinya data yang diteliti. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas Ghozali, (2011;105) salah satunya yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Dasar analisisnya adalah:

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.10 Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau berupa angka-angka. Sumber data yang digunakan dari penelitian ini adalah penarikan data primer dengan menggunakan kuisisioner. Data tersebut dikuantitatifkan dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban responden Sugiyono, (2008:86).

3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui Gozhali, (2011:43).

Persamaan garis regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y	=	Keputusan Pembelian
a	=	Nilai konstanta
X ₁	=	Kualitas Produk
X ₂	=	Citra Merek
X ₃	=	Gaya hidup
X ₄	=	Harga
b ₁	=	Koefisien regresi dari X ₁
b ₂	=	Koefisien regresi dari X ₂
b ₃	=	Koefisien regresi dari X ₃
b ₃	=	Koefisien regresi dari X ₃
e	=	Error

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tahap-tahap sebagai berikut:

1. Menguji hipotesis dengan alat bantu hitung SPSS

2. Menentukan hipotesis.

3.10.2 Uji Hipotesis

Untuk menguji suatu hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti, maka dilakukan uji statistik, yaitu:

1. Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh hipotesis yang telah disajikan yaitu:

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$, artinya kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga secara parsial tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga secara parsial ada pengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi.

b. Menentukan t_{tabel}

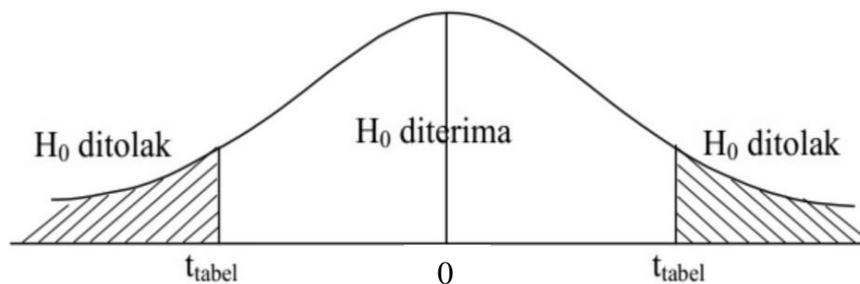
Menentukan taraf nyata (α) 5%, derajat bebas atau *degree of freedom* (df) $n-k-1$, dimana n = jumlah pengamatan dan k = jumlah variabel untuk menentukan nilai t_{tabel} .

c. Kriteria yang dipakai dalam uji t adalah:

1) Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga secara parsial ada pengaruh terhadap keputusan pembelian

Perumahan Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi. Dengan demikian hipotesis satu, dua, tiga dan empat terbukti kebenarannya.

- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga secara parsial tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi. Dengan demikian hipotesis satu, dua, tiga dan empat tidak terbukti kebenarannya.



Gambar 3.1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t

2. Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis kelima yaitu, diduga ada pengaruh secara simultan kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian Perumahan Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap:

a. Merumuskan hipotesis statistik

H_0 : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$, artinya kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga secara simultan tidak ada pengaruh terhadap keputusan

pembelian Perumahan Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi.

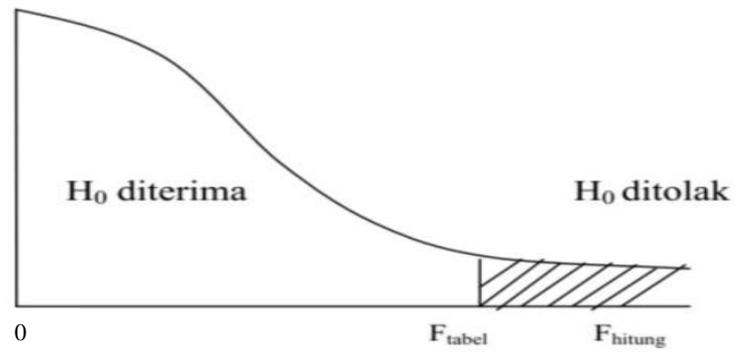
$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga secara simultan ada pengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi.

b. Menentukan F_{tabel}

Menentukan taraf nyata (α) = 0,05 atau 5% dan $df = (k-1); (n-k)$ untuk menentukan nilai F_{tabel}

c. Kriteria yang dipakai dalam uji F adalah:

- 1) Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga secara simultan ada pengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi. Dengan demikian hipotesis kelima terbukti kebenarannya.
- 2) Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga secara simultan tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi. Dengan demikian hipotesis kelima tidak terbukti kebenarannya.



Gambar 3.2
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F