

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

##### 1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah merupakan penelitian asosistif, dimana penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih

##### 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Kharisma Graha Jaya Medan di Komplek Perumahan Taman Setia Budi Indah Blok OO No. 37 Medan

##### 3. Waktu penelitian

Penelitian ini direncanakan mulai bulan April 2016 sampai dengan Agustus 2016. Untuk lebih jelasnya berikut disajikan tabel waktu penelitian

**Tabel 3.1**

**Rancangan jadwal penelitian 2016**

No	Keterangan	Apr	Mei	Juni	Juli	Agt
1	Penyusunan proposal	■	■			
2	Seminar proposal			■		
3	Pengumpulan data				■	
4	Analisis data				■	
5	Penyelesaian skripsi dan bimbingan skripsi					■
6	Pengajuan meja hijau					■

## **B. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian rumah pada PT. Kharisma Graha Jaya Medan selama tahun 2015 dan 2016 menetapkan konsumen sebanyak 50 orang sebagai responden.

### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2008). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti menggunakan teknik penarikan sampel secara purposive yaitu melakukan penelitian langsung kepada konsumen yang melakukan transaksi pembelian rumah pada PT. Kharisma Graha Jaya Medan selama tahun 2015 dan 2016 dengan menetapkan konsumen sebanyak 50 orang sebagai responden.

### C. Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala ukur
Harga (X1)	Jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga produk</li> <li>2. Daya saing harga produk</li> <li>3. Kesesuaian dengan manfaat produk</li> <li>4. Pemberian diskon atau potongan harga</li> <li>5. Harga terjangkau daya beli konsumen</li> </ol>	Likert
Kualitas produk (X2)	Kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan</li> <li>2. Daya tahan</li> <li>3. Estetika</li> <li>4. Kinerja</li> <li>5. Kesesuaian</li> </ol>	Likert
Minat beli konsumen (Y)	Rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak produk yang dibutuhkan pada periode tertentu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat transaksional</li> <li>2. Minat refrensional</li> <li>3. Minat eksploratif</li> <li>4. Minat prefensial</li> <li>5. Intensitan pencarian</li> </ol>	Likert

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diuraikan diatas maka penulis melakukan penelitian untuk mendapatkan data, informasi dan bahan yang diperlukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain:

1. Penelitian keperpustakaan
2. Penelitian lapangan

Pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek penelitian atau dengan terjun langsung kelapangan dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

- a. Pengamatan
- b. Wawancara
- c. Kuesioner

Bobot nilai kuesioner yang ditentukan yaitu:

#### Instrumen Skala Likert

**Tabel 3.III**

No.	Skala	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2003)

## E. Teknik Analisis Data

### a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketetapan hasil kuesioner. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program spss versi Menurut Sugiyono (2008:172), "valid berarti instrumen tersebut 20,0. Dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur". Dalam hal ini, teknik korelasi untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan. Menurut Sugiyono (2008:177), jumlah sampel yang digunakan sekitar 50 orang". Syarat minimum dianggap memenuhi syarat kalau nilai  $r=0,50$ ". Jadi nilai korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,50, maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid,

Uji reliabilitas adalah menguji apakah hasil kuesioner dapat dipercaya atau tidak. Pengujian reliabilitas dengan internal consistency, dilakukan dengan cara mencoba instrumen sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu". Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan teknik belah dua dari Spearman Brown.

### b. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mendekati distribusi normal.

#### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama diantara grup tersebut.

### 3. Uji Multikolinearitas

Multikolineritas berarti adanya hubungan liner yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan Variante Inflation Factor (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut:

-VIF < 5 maka tidak terdapat multikolinearitas

-Tolerance > 0,1 maka tidak terdapat multikolinearitas

### 4. Uji Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda yang berguna untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen (Sugiyono, 2008:258), dengan rumus:

$$Y=a_0+b_1X_1+b_2X_2+e$$

Keterangan

Y : Minat Beli

A<sub>0</sub> : konstanta

$b_1 \dots b_2$  : Koefisien regresi masing-masing variabel

$X_1$  : Harga

$X_2$  : kualitas produk

### C. Uji Hipotesis

#### 1. Uji Signifikan Parsial

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 90%

#### 2. Uji simultan

Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat dengan tingkat keyakinan 90%

#### 3. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (harga dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (minat beli konsumen) .