

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

1. Jenis Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan “*Cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu*” Sugiyono (2021:2). Penelitian merupakan suatu proses yang dilakukan secara ilmiah dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip keilmuan, yaitu rasional (masuk akal), empiris (teramati), dan sistematis (logis). Data yang dikumpulkan dalam proses penelitian harus bersifat empiris, yakni dapat diamati secara nyata, serta memenuhi syarat tertentu seperti validitas, reliabilitas, dan objektivitas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode yang diterapkan dalam pengumpulan dan analisis data. Penelitian kuantitatif memiliki karakteristik yang lebih terstruktur, sistematis, serta dirancang secara jelas sejak awal hingga akhir proses penelitian. Sebaliknya, meskipun penelitian kualitatif juga mengikuti langkah-langkah yang teratur dan sistematis, pendekatannya cenderung lebih fleksibel dan dapat disesuaikan berdasarkan dinamika yang ditemui selama proses penelitian berlangsung. Hardani et al. (2020:12).

Pada penelitian ini, peneliti menguji pengaruh antara variabel yaitu: “Pengaruh kualitas produk dan promosi *offline* terhadap keputusan pembelian di Perumahan Kemang Eminence Bogor”.

2. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Perumahan Kemang Eminence Bogor berlokasi di Jl. Raya Parung No. 470, RT 1/RW 8 Kemang, Kec.

Kemang, Kab. Bogor Jawa Barat 16310. Adapun pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan maret 2025 sampai dengan agustus 2025.

B. Variabel Penelitian

Variabel merupakan ciri, sifat, atau atribut yang dimiliki oleh suatu objek, individu, atau peristiwa yang menjadi fokus dalam penelitian. Variabel menunjukkan adanya perbedaan nilai atau karakteristik antar objek dalam populasi yang diteliti, dan digunakan oleh peneliti sebagai dasar untuk melakukan analisis serta menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua variabel yang dikelompokkan yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan komponen penelitian yang berperan sebagai faktor yang memiliki peran menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain. Variabel ini tidak dipengaruhi oleh variabel manapun dalam penelitian, dan umumnya disimbolkan dengan huruf X. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah kualitas kualitas produk, dan promosi.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang mengalami perubahan dipengaruhi oleh variabel lain, khususnya variabel bebas. Dalam kerangka berpikir ilmiah, variabel ini dianggap sebagai hasil atau akibat dari perubahan yang terjadi pada variabel bebas. Variabel dependen umumnya disimbolkan dengan huruf Y. Penelitian ini variabel terikat keputusan pembelian.

C. Operasional Variabel

Adapun definisi operasional yang menjelaskan variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 7
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas produk (X1)	Kualitas produk adalah keseluruhan kemampuan dan fitur dari suatu produk atau jasa yang menunjukkan sejauh mana produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, baik yang secara langsung disampaikan maupun yang belum diungkapkan secara jelas.	1. Keawetan (KP-1) 2. Keandalan (KP-2) 3. Kesesuaian produk (KP-3) 4. Kemudahan penggunaan dan perbaikan (KP-4)	<i>Skala Likert</i>
Promosi offline (X2)	Promosi adalah cara menyampaikan informasi atau ajakan secara satu arah kepada seseorang atau kelompok, dengan tujuan mendorong mereka untuk melakukan tindakan yang bisa mendukung terjadinya pertukaran dalam kegiatan pemasaran	1. <i>Personal Selling</i> (penjualan pribadi) (P-1) 2. <i>Advertising</i> (periklanan) (P-2) 3. <i>Sales Promotion</i> (promosi penjualan) (P-3) 4. <i>Direct Marketing</i> (pemasaran langsung) (P-4) 5. <i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat) (P-5)	<i>Skala Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan aktivitas yang dilakukan individu secara langsung berperan dalam menentukan pilihan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan penjual.	1. Kesesuaian dengan kebutuhan (KPm-1) 2. Memiliki nilai yang manfaat (KPm-2) 3. Ketepatan dalam pembelian (KPm-3)	<i>Skala Likert</i>

D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Data

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2021:126) Populasi merupakan keseluruhan dari sebuah objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan ciri tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai fokus kajian. Populasi menjadi dasar untuk melakukan pengamatan dan penarikan kesimpulan dalam sebuah penelitian. Populasi pada penelitian ini meliputi konsumen dalam tahap survei ingin membeli rumah.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2021:127) adalah bagian dari populasi yang diambil dan digunakan sebagai objek penelitian. Bagian ini menjelaskan secara umum tentang populasi dan sampel penelitian, termasuk siapa yang menjadi populasi, jumlahnya, ukuran sampel, dasar penentuannya, metode pengambilan sampel, dan lokasi pengambilan data. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sudah membeli rumah di Kemang Eminence.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini peneliti menggunakan teknik *probality sampling* lebih tepatnya “*simple random sampling dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di populasi itu*” Sugiyono (2021:129).

Metode *purposive sampling* peneliti melakukan seleksi terhadap elemen-elemen yang akan dijadikan sampel, berdasarkan keyakinan bahwa elemen-elemen tersebut mampu merepresentasikan tujuan atau karakteristik yang

relevan dengan penelitian. Menurut buku yang ditulis oleh Hair et al. (2021:17) yang berjudul “Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R” menjelaskan bahwa dalam menghitung ukuran sampel dengan SEM – PLS jumlah sampel harus 5-10 kali jumlah indikator pada tingkat signifikansi alpha 5%. Dalam penelitian ini, menggunakan 12 (dua belas) indikator, maka penentuan ukuran sampel yaitu:

$$7 \times \text{jumlah indikator}$$

$$7 \times 12 = 84$$

Dengan demikian, 84 (delapan puluh empat) sampel akan diteliti yaitu konsumen yang huni di perumahan Kemang Eminence sebagai responden.

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner (angket) yang diisi oleh responden sebagai alat untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Menurut Sugiyono (2021:199) Kuesioner merupakan *“teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya”*.

Pada peneliti ini format kuesioner menggunakan skala *likert*, skala ini dapat digunakan untuk mengukur tingkat setuju atau tidak setuju seseorang terhadap sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan keyakinan atau perilaku terkait suatu objek tertentu, dengan kualifikasi yang disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 8
Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2021:206) merupakan tahap yang dilakukan setelah seluruh data dari responden atau sumber lainnya telah terkumpul. Proses ini mencakup pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data untuk masing-masing variabel yang diteliti, serta perhitungan statistik yang diperlukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah salah satu teknik statistik yang digunakan untuk analisis dan menyajikan data dengan cara mendeskripsikan data apa adanya, tanpa tujuan menarik kesimpulan atau pun melakukan generalisasi Sugiyono, (2021:73).

Distribusi frekuensi merupakan proses pengelompokan data ke dalam beberapa interval atau kategori tertentu. Langkah ini melibatkan perhitungan persentase frekuensi dari tiap item pernyataan dalam kuesioner, dengan tujuan untuk memverifikasi data yang telah dimasukkan serta mengkategorikan masing-masing variabel yang dianalisis. Untuk menentukan interval kelas, digunakan rumus sebagai berikut:

$$Rs = \frac{Skor\ Tertinggi - Skor\ Terendah}{Jumlah\ Skala}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala

Skor Tertinggi = 5 (skor dalam instrumen penilaian kuesioner)

Skor Terendah = 1 (skor dalam instrumen penilaian kuesioner)

Jumlah Skala = 5

Berikut adalah interval kelas yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 9
Penilaian Interval Kelas

No	Skor	Kategori
1	1,00-1,80	Sangat Buruk
2	1,81-2,60	Buruk
3	2,61-3,40	Cukup
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

2. Pengukuran SEM-PLS

Teknik analisis data yang dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Modeling*) yang diolah menggunakan program SmartPLS versi 4.

Menurut Setiabudhi, et al. (2025:17) SEM (*Structural Equation Modeling*) atau model persamaan struktural, merupakan metode analisis statistik yang mengombinasikan unsur dari analisis faktor dan analisis jalur, serta memungkinkan peneliti menguji hubungan antara variabel laten (variabel yang tidak dapat diamati secara langsung) dengan indikator-

indikator pembentuknya. SEM digunakan untuk menganalisis keseluruhan hubungan antar variabel dan indikator secara simultan.

Dalam penelitian ini, pendekatan SEM yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS), yaitu salah satu teknik analisis multivariat yang dapat menguji hubungan antara konstruk laten dan indikator secara bersamaan. *Partial Least Square* (PLS) banyak digunakan untuk tujuan prediktif dan pengembangan model struktural, terutama pada jumlah sampel yang relatif kecil serta tanpa memerlukan asumsi distribusi normal. Analisis ini dilakukan melalui program SmartPLS versi 4.1.0.9, dan digunakan untuk menunjukkan model konseptual dengan variabel laten yang diukur melalui semua indikator.

Pada suatu penelitian pernyataan kuesioner dapat diterima jika sudah memenuhi syarat pengujian. Evaluasi model SEM-PLS dapat diimplementasikan dengan melakukan penilaian berikut.

a. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model Validity*)

Menurut Setiabudhi, et al. (2025:18) Model Pengukuran (*Outer Model Validity*) ini digunakan untuk menentukan hubungan antara variabel laten dan indikatornya, yang mencakup pengujian validitas dan reliabilitas guna memastikan bahwa indikator secara akurat merepresentasikan variabel laten tersebut. *Evaluasi outer model validity* menurut Hair et al. (2021:62) sebagai berikut :

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan validitas survei.

Survei dianggap valid jika pernyataannya memberikan informasi

tentang apa yang diukur.

a) Convergent Validity

Nilai *Loading factor* menunjukkan nilai *convergent validity*, yaitu korelasi antara indikator dengan konstruk laten yang dihitung menggunakan PLS. Nilai loading di atas 0,7 dianggap baik karena menunjukkan bahwa indikator tersebut valid dan layak digunakan dalam pengukuran konstruk. Selain itu nilai *convergent validity* juga dapat diukur dengan *average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dalam model. Jika $AVE > 0.5$ maka dianggap valid. Adapun formula AVE adalah:

$$AVE = \frac{\sum \lambda_1^2}{\sum \lambda_1^2 + \sum_1 var(\varepsilon_1)}$$

b) Discriminant Validity

Nilai *loading factor* dalam *Discriminant Validity* berguna untuk mengetahui apakah konstruksi memiliki diskriminan yang memadai, yaitu dengan membandingkan nilai beban pada konstruksi yang dituju harus lebih besar daripada nilai beban pada konstruksi lain. Setiap variabel harus $\geq 0,70$, jika *cross loading* pada variabel yang berhubungan lebih besar dibandingkan dengan cross loading pada variabel laten lainnya maka dapat dikatakan valid.

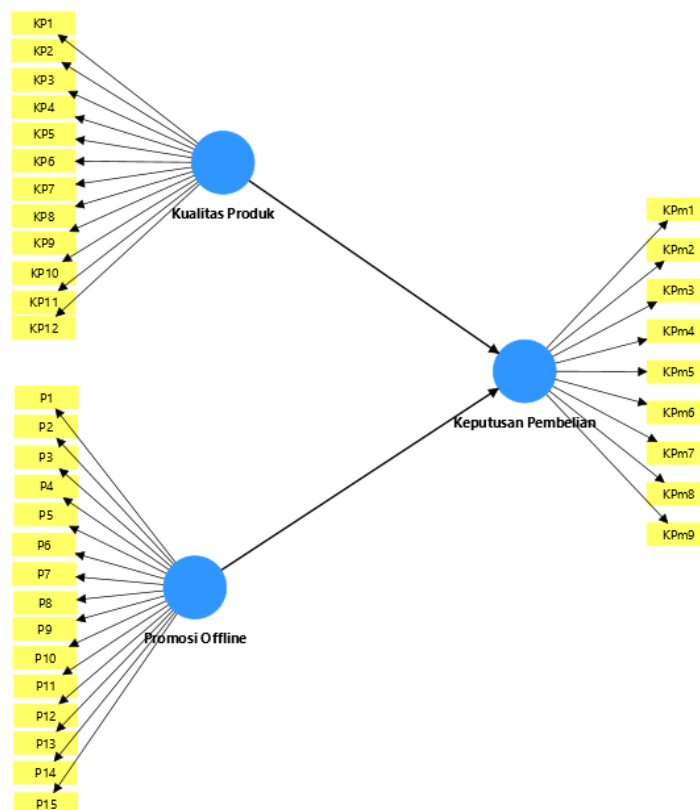
1) Uji Realibilitas

Uji reliabilitas konstruk dengan menggunakan gabungan reliabilitas dan cronbach's alpha dari blok indikator yang mengukur

reliabilitas konstruk. Konstruk dianggap reliabel jika nilai gabungan reliabilitasnya lebih dari 0,70 dan nilai cronbach's alphanya lebih dari 0,70.

b. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural (*inner model*) Menurut Setiabudhi, et al. (2025:18) model yang menggambarkan hubungan antar variabel laten (konstruk) yang didasarkan pada teori, logika, atau pengalaman empiris yang telah diamati oleh peneliti sebelumnya.



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Gambar 4

Inner Model

1) *R-Square*

Nilai *R-Square* (R^2) adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Hair et al. (2021:85), nilai $\geq 0,75$ dianggap kuat (*substantial*), nilai 0,50–0,74 dianggap sedang (*moderate*), serta

nilai 0,25–0,49 dianggap lemah (*weak*). Semakin tinggi nilai *R-Square*, semakin baik pula kualitas model penelitian yang diajukan.

2) *Effect Size*

Effect Size dalam *partial least squares* (PLS) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel (prediktor) eksogen terhadap dependen (endogen) dalam model struktural. Nilainya dihitung menggunakan f^2 (*f square*), yang menunjukkan kontribusi variabel terhadap peningkatan *R-squared*.

Menurut Hair et al. (2021:201), f^2 dikategorikan sebagai berikut: 0,02 (pengaruh kecil), 0,15 (sedang), dan 0,35 (besar). Nilai ini digunakan untuk mengevaluasi pengaruh langsung, mediasi, maupun moderasi, sesuai jenis analisis yang dilakukan. Evaluasi f^2 biasanya dilengkapi dengan uji signifikansi bootstrapping untuk melihat kekuatan dan pentingnya pengaruh dalam model.

3) Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Menurut Setiabudhi, et al. (2025:15) Metode *bootstrapping* ini digunakan untuk menguji nilai signifikansi koefisien jalur guna mengetahui pengaruh antarvariabel yang ada di dalam penelitian pengaruh secara statistik. Nilai p-value (*one-tailed*) digunakan untuk mengukur signifikansi. Dalam uji ini, tingkat signifikansi p-value sebesar 0,05 (5%) dan t-statistic $> 1,65$, berikut penjelasannya :

a) Nilai Probabilitas/Signifikansi (p-value)

- Jika nilai p-value $< 0,05$, maka pengaruh variabel signifikan.
- Jika nilai p-value $> 0,05$, maka pengaruh variabel tidak signifikan.

b) Nilai Uji t (t-statistik)

Menurut Setiabudhi, et al. (2025:14) Metode ini digunakan untuk membandingkan nilai rata-rata dari dua kelompok, dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan di antara keduanya.

- Jika nilai t-statistik $> 1,65$, maka pengaruh variabel signifikan.
- Jika nilai t-statistik $< 1,65$, maka pengaruh variabel tidak signifikan

Berikut tabel yang menyajikan rangkuman panduan umum untuk menilai model pengukuran dan model struktural, yang bertujuan memudahkan peneliti dalam proses evaluasi model.

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb
Validitas Kovergen (<i>Convergent Validity</i>)	<i>Loading Factor</i>	$>0,70$
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	<i>AVE</i>	$>0,50$
Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	<i>Cross Loading</i>	Membandingkan korelasi antar konstruk lainnya
Realiabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	$>0,70$
	<i>Composite Reliability</i>	$>0,70$
<i>Coefficient Determination</i>	<i>R-square</i>	0,75 (Kuat) 0,50 (Sedang) 0,25 (Lemah)
<i>Effect Size</i>	<i>F Square</i>	0,35 (Kuat) 0,15 (Moderate) 0,02 (Lemah)
<i>Significance of path coefficients</i>	<i>T-statistic dan P-Value</i>	P-value senilai 0,05 (5%) dan t-statistic $> 1,65$