

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode yang Digunakan

Metode penelitian adalah pendekatan atau prosedur yang digunakan untuk memecahkan masalah atau mengembangkan ilmu pengetahuan dengan cara metode ilmiah yang sistematis dan logis. Metode ini memberikan struktur dan gambaran kepada peneliti tentang bagaimana melakukan penelitian yang dilakukan.

Tujuan metode penelitian adalah memberikan panduan kepada peneliti tentang bagaimana melaksanakan penelitian tersebut dengan baik. Sugiyono (2022) mengatakan metode penelitian yaitu suatu cara yang ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan manfaat tertentu. Metode penelitian dari yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan metode verifikatif dengan pendekatan penelitian kuantitatif.

Metode deskriptif dan metode verifikatif adalah dua jenis pendekatan dalam metode penelitian yang memiliki tujuan dan karakteristik yang berbeda. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena, keadaan, karakteristik untuk menghubungkannya dengan faktor penyebab atau variabelnya, menurut Sugiyono (2022) berpendapat bahwa metode penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian untuk mengetahui adanya variabel mandiri, baik untuk satu variabel maupun lebih dari satu variabel tanpa dibuat untuk membandingkan atau mencari hubungan variabel satu sama lain.

Metode penelitian deskriptif ini untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah nomor satu, dua, dan tiga. Metode verifikasi pendekatan yang bertujuan untuk memverifikasi atau menguji hipotesis atau teori yang telah ada. Sedangkan metode verifikasi menurut Sugiyono (2022) adalah suatu metode penelitian untuk menguji suatu teori dan mencoba agar dapat menghasilkan metode ilmiah yaitu suatu hipotesis yang berbentuk kesimpulan, apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk memperoleh data yang menggambarkan topik yang diminati. Penggunaan penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *Price Perception*, *Trust*, *Electronic Word of Mouth* dan *Purchase Decision* perumahan subsidi di PT. Hikmah Alam Sentosa.

Berikutnya, metode penelitian verifikasi diartikannya sebagai metode yang menguji apakah satu variabel menyebabkan variabel lainya berubah atau tidak (Sekaran & Bougie, 2019). Penelitian verifikasi ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah , yaitu:

2. Seberapa besar pengaruh *Price Perception*, *Trust*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision* perumahan subsidi di PT. Hikmah Alam Sentosa secara simultan.
3. Seberapa besar pengaruh *Price Perception*, *Trust*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision* perumahan subsidi di PT. Hikmah Alam Sentosa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022), metode kuantitatif yaitu metode ilmiah yang datanya berbentuk angka atau bilangan yang dapat diolah dan dianalisis dengan menggunakan perhitungan matematika atau statistika. Penggunaan metode penelitian pendekatan kuantitatif, dikarenakan data yang dibutuhkan dari objek penelitian ini merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka, merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran nilai dari setiap variabel.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel dan operasional variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian ganda. Definisi variabel juga membatasi sejauh mana penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dengan adanya variabel-variabel ini penelitian bisa diolah dengan mendapatkan cara pemecahan masalahnya.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat mengambil nilai yang berbeda atau bervariasi. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda (Sekaran & Bougie, 2019). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1) Variabel Independen (X)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent atau variabel bebas. Menurut Sekaran & Bougie (2019), Variabel independen adalah salah satu variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif. Pada penelitian ini variabel independen yang diteliti, yaitu persepsi harga, *Trust*, dan *Electronic Word of Mouth*.

2) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen atau variabel terikat. Menurut Sekaran & Bougie (2019) variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama penelitian. Melalui variabel dependen dimungkinkan untuk menemukan jawaban atau solusi untuk masalah tersebut. Pada penelitian ini variabel dependen yang diteliti yaitu *Purchase Decision* (Y). Menurut Zhang & Benyoucef (2016) mengungkapkan bahwa *Purchase Decision* adalah proses atau tahapan yang dilakukan konsumen dalam memutuskan pembelian.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian menjadi konsep, dimensi, indikator, ukuran yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel lainnya. Sesuai dengan judul penelitian ini, yaitu “Pengaruh *Price Perception*, *Trust*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision* Maka, variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu terdiri dari 3 (tiga) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat, dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Price Perception* sebagai variabel bebas, disebut dengan X_1 .
- 2) *Trust* sebagai variabel bebas, disebut dengan X_2 .
- 3) *Electronic Word of Mouth* sebagai variabel bebas, disebut dengan X_3 .
- 4) *Purchase Decision* sebagai variabel terikat, disebut dengan Y .

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Price Perception</i> (X_1)	1. Ketergantungan harga	a. Harga yang tidak terlalu mahal	a. Tingkat harga yang ditawarkan	Ordinal	1.
		b. Keterjangkauan harga	b. Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal	.2.
	2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	a. Harga bersaing dengan kompetitor lain	a. Tingkat kebersaingan harga dengan kompetitor	Ordinal	3.
		b. Harga yang relatif	b. Tingkat kerelatifan harga	Ordinal	4.
	3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	a. Harga yang di tawarkan sesuai kualitas	a. Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas	Ordinal	5.
		b. Harga sesuai dengan spesifikasi produk	b. Tingkat kesesuaian harga dengan spesifikasi produk	Ordinal	6.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat	a. Harga sesuai dengan manfaat yang ditawarkan	a. Tingkat kecocokan harga dengan manfaat yang ditawarkan	Ordinal	7.	
	b. Harga yang sesuai dengan tipe perumahan yang ditawarkan	b. Tingkat kesesuaian harga dengan tipe perumahan yang ditawarkan	Ordinal	8.	
<i>Trust</i> (X_2)	1. <i>Trusting Belief</i> (<i>Trust</i> penuh)	a. <i>Trust</i> dengan jaminan kepuasan	a. Tingkat <i>Trust</i> karena kepuasan	Ordinal	9.

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		b. <i>Trust</i> kesesuaian yang diperlihatkan serta kenyataan	b. Tingkat <i>Trust</i> kesamaan antara rumah yang diperlihatkan dengan kondisi aslinya	Ordinal	10.
	2. <i>Benevolonce</i> (Kebajikan)	a. <i>Trust</i> penjual atas keterus terangan pada saat menjual rumah subsidi	a. Tingkat <i>Trust</i> atas keterus terangan yang dijelaskan	Ordinal	11.
		b. Pelayanan yang diberikan penjual	b. Tingkat pelayanan yang diberikan penjual	Ordinal	12.
	3. <i>Integrity</i> (Integritas)	a. Pemenuhan janji	a. Tingkat pemenuhan janji yang diberikan untuk masing-masing rumah subsidi	Ordinal	13.
		b. Tanggung jawab pihak <i>developer</i>	b. Tingkat tanggung jawab <i>developer</i> dalam menangani masalah yang terjadi di lingkungan perumahan	Ordinal	14.
	4. <i>Competence</i> (Kompetensi)	a. <i>Trust</i> yang diberikan terhadap <i>developer</i> rumah subsidi	a. Tingkat <i>Trust</i> pada <i>developer</i> rumah subsidi	Ordinal	15.
5. <i>Trusting Intention</i> (Mempercayai niat)	a. Penyediaan rumah subsidi dengan tujuan kepemilikan rumah layak huni dengan harga terjangkau	a. Tingkat <i>Trust</i> konsumen akan tujuan rumah subsidi yang layak huni dengan harga terjangkau	Ordinal	16.	
<i>Electronic Word of Mouth</i> (X_3)	1. Intensitas	a. Frekuensi dalam mengakses informasi melalui kolom komentar	a. Tingkat frekuensi dalam mengakses informasi melalui kolom komentar	Ordinal	17.
		b. Frekuensi dalam melakukan interaksi dengan	b. Tingkat frekuensi dalam melakukan interaksi dengan	Ordinal	18.

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item	
		pengguna kolom komentar lainnya	pengguna kolom komentar lainnya			
		c. Banyaknya komentar yang ditulis pada pengguna kolom komentar	c. Tingkat frekuensi komentar yang ditulis pada pengguna kolom komentar	Ordinal	19.	
		2. Valensi	a. Banyaknya komentar positif pada kolom komentar	a. Tingkat frekuensi komentar positif pada kolom komentar	Ordinal	20.
	b. Banyaknya rekomendasi dari pengguna kolom komentar		b. Tingkat frekuensi rekomendasi yang muncul dari pengguna lain pada kolom komentar	Ordinal	21.	
	3. Konten	a. Informasi mengenai variasi produk yang ditawarkan	a. Tingkat informasi mengenai variasi produk yang ditawarkan	Ordinal	22.	
		b. Informasi mengenai variasi produk serta atmosfer perusahaan	b. Tingkat informasi mengenai variasi produk serta atmosfer perusahaan	Ordinal	23.	
		c. Informasi mengenai harga produk maupun layanan yang diberikan perusahaan	c. Tingkat informasi mengenai harga produk maupun layanan yang diberikan perusahaan	Ordinal	24.	
	<i>Purchase Decision</i> (Y)	1. Pengenalan masalah atau kebutuhan dan keinginan	a. Melakukan pembelian karena promosi yang ditawarkan	a. Tingkat pembelian dikarenakan promosi	Ordinal	25.
		2. Pencairan berbagai informasi	a. Metode pembayaran yang menjadi <i>Purchase Decision</i>	a. Keberagaman metode pembayaran yang digunakan	Ordinal	26.
3. Evaluasi berbagai		a. Pengaruh dari orang lain untuk menentukan	a. Tingkat pengaruh orang lain pada saat	Ordinal	27.	

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	alternatif merek produk	<i>Purchase Decision</i>	membeli rumah subsidi		
	4. Pilihan atas merek produk yang dibeli	a. Kepuasan yang dirasakan setelah membeli rumah subsidi	a. Tingkat kepuasan yang dirasakan saat membeli rumah subsidi	Ordinal	28.
	5. Evaluasi parca pembelian	a. <i>Repurchase</i> rumah subsidi	a. Tingkat kemungkinan <i>repurchase</i> rumah subsidi di masa mendatang	Ordinal	29.

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan keseluruhan elemen yang menjadi fokus penelitian.

Sampel, di sisi lain, adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diobservasi atau diukur dalam penelitian. Penggunaan sampel memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dengan lebih efisien daripada jika harus mengamati seluruh populasi. Sampel dipilih dengan cermat agar dapat mewakili populasi secara keseluruhan, sehingga hasil penelitian dapat diperluas ke populasi yang lebih luas. Dalam penelitian, pemilihan populasi dan sampel yang tepat sangat penting untuk memastikan validitas dan generalisabilitas hasil penelitian. Populasi memberikan kerangka kerja untuk penelitian, sedangkan sampel merupakan representasi dari populasi yang digunakan untuk analisis data.

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian adalah keseluruhan elemen atau individu yang memiliki karakteristik atau kualitas tertentu yang menjadi fokus dari penelitian. Populasi merupakan kelompok yang lebih luas yang ingin dipahami atau dijelaskan oleh peneliti. Sekaran & Bougie (2019) menyebutkan bahwa populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin peneliti teliti. Ini adalah sekelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang peneliti ingin buat kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen rumah subsidi di PT Hikmah Alam Sentosa dimana jumlah anggota populasi diambil berdasarkan data pada tahun 2023 dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 3. 2
Jumlah Penjualan Unit Subsidi Tahun 2023

No.	Bulan Penjualan	Jumlah Penjualan
1.	Januari 2023	106 Unit
2.	Februari 2023	116 Unit
3.	Maret 2023	390 Unit
4.	April 2023	146 Unit
5.	Mei 2023	59 Unit
6.	Juni 2023	77 Unit
7.	Juli 2023	295 Unit
8.	Agustus 2023	230 Unit
9.	September 2023	123 Unit
10.	Oktober 2023	49 Unit
11.	November 2023	7 Unit
12.	DesesMBER 2023	0
Total		1.598 Unit

Sumber : Data Perusahaan, 2024

3.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diobservasi, diukur, atau dianalisis dalam rangka menghasilkan data yang mewakili populasi secara keseluruhan. Penggunaan sampel memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dengan lebih efisien daripada jika harus mengamati atau mengukur seluruh populasi. Menurut Sugiyono (2022) mengatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi yang ada pada penelitian”. Sampel diambil karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan populasi yang sangat besar.

Pemilihan sampel yang representatif dan sesuai dengan tujuan penelitian sangat penting untuk memastikan validitas dan generalisabilitas hasil penelitian. Dengan menggunakan sampel yang tepat dapat membuat inferensi tentang populasi secara lebih luas berdasarkan data yang diperoleh dari sampel tersebut. Terdapat berbagai teknik sampling yang dapat digunakan dalam penelitian, seperti *probability sampling* (sampel dipilih secara acak) dan *nonprobability sampling* (sampel dipilih tanpa menggunakan metode acak). Pemilihan teknik sampling yang sesuai dengan karakteristik penelitian akan memengaruhi validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen perumahan subsidi maka jumlah dari populasi diketahui pasti sehingga besarnya sampel dapat ditentukan menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Besarnya Sampel

N = Besarnya Populasi

E = Presentasi kesalahan yang dapat ditolelir tingkat error

Populasi (N) dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di kota Bogor dan sekitarnya dengan total 1568 Unit dengan asumsi tingkat kesalahan (e) sebesar 10%. Berdasarkan rumus di atas rumus di atas maka akan dapat ditentukan besarnya sampel sebagai berikut.

$$n = \frac{1598}{1 + 1598(0,1)^2} = 100$$

Berdasarkan perhitungan maka dapat diperoleh sampel penelitian minimal sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini jumlah orang yang akan dijadikan sampel yaitu sebanyak 120 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli rumah subsidi dengan kriteria berumur 21 tahun sampai dengan 45 tahun.

Teknik sampling menurut Sekaran & Bougie (2019) merupakan teknik penentuan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Terdapat dua teknik pengumpulan sampel yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling* dan *sampling area (cluster)*. *Non probability sampling* adalah

teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang yang sama untuk anggota populasi. Teknik ini meliputi *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling incidental*, *sampling purposive*, *sampling jenuh* serta *snowball sampling*.

Teknik pengumpulan data yang dipilih dalam penelitian ini yaitu Teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2022) mengatakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada saat melakukan penelitian, peneliti memerlukan data-data pendukung sebagai salah satu input yang diperlukan. Data-data itu didapatkan dari beberapa sumber dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Bila dilihat dari sumber datanya, maka teknik pengumpulan dapat menggunakan data primer dan data sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang peneliti kumpulkan secara langsung dengan tujuan khusus penelitian (Sekaran & Bougie, 2019).

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan lain dari tujuan penelitian saat ini (Sekaran & Bougie, 2019). Beberapa data sekunder bersifat statistik buletin, publikasi pemerintah, informasi yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan yang tersedia baik dari dalam atau luar organisasi, website perusahaan dan internet. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer.

Untuk memperoleh hasil penelitian yang tepat, maka diperlukan data informasi yang akan mendukung penelitian ini. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari

penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data yang tepat, maka akan sulit bagi peneliti untuk mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan (*Field research*) adalah penelitian yang dilakukan dengan cara meninjau langsung ke tempat yang akan diteliti dalam upaya untuk mendapatkan data primer. Jenis dari studi lapangan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut.

- a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2022).

2. Studi Kepustakaan (*Library Reseach*)

Studi Kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data ataupun teori yang digunakan sebagai literatur pengunjung guna mendukung penelitian yang dilakukan. Studi kepustakaan merupakan penelitian dengan cara membaca literatur dan menelusuri literatur yang berhubungan dengan objek peneliti. Data seperti ini yaitu seperti membaca jurnal, berita, dan buku maupun literatur lainnya. Data ini juga merupakan penunjang bagi peneliti untuk

mendapatkan input yang diinginkan. Dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

a. Buku

Buku yang digunakan merupakan buku yang sesuai dengan penelitian yang akan digunakan dan mencakup seluruh informasi yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

b. Jurnal

Jurnal merupakan data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Jurnal yang digunakan berasal dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan peneliti sebelumnya dan relevan dengan variabel penelitian yang diteliti, yaitu *Price Perception, Trust, Electronic Word of Mouth* dan *Purchase Decision*.

c. Skripsi

Skripsi yang digunakan bersumber dari perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan. Selain itu, penelitian akan menggunakan skripsi dari berbagai sumber yang dapat diakses melalui internet.

d. Internet

Pencarian data serta penjelasan mengenai berbagai data dapat menggunakan internet dimana akan digunakan beberapa sumber terkait penelitian. Data yang digunakan dapat berupa topik penelitian yang dipublikasikan, baik dalam bentuk website, jurnal, makalah maupun karya ilmiah.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian bertujuan untuk memperoleh hasil data apakah instrumen penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai dalam penelitian ini. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan – kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan. Uji Validitas merupakan pengujian ketetapan alat ukur yang digunakan. Dalam suatu penelitian dimana data yang bersumber dari data primer, biasanya data tersebut dikumpulkan menggunakan alat ukur yang berupa kuesioner, sehingga alat ukur tersebut perlu diuji ketetapanya.

Menurut Sugiyono (2022) mengatakan bahwa “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner”. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir dengan skor totalnya. Valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat diukur untuk mengukur

apa yang seharusnya diukur. Angka yang diperoleh harus dibandingkan dengan standar nilai korelasi validitas dimana “Nilai standar dari validitas adalah sebesar 0,3 jika angka korelasi yang diperoleh sama atau lebih besar dari pada nilai standar maka pernyataan tersebut valid (signifikan).

Uji validitas akan menggunakan teknik korelasi melalui koefisien *product moment*. Skor interval dari setiap item pertanyaan akan diuji validitasnya dan dikorelasikan dengan skor keseluruhan setiap item. Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut.

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

Dimana :

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh dari subjek setiap item

Y = Skor total Instrumen

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel Y

Uji validitas dalam penelitian ini akan menggunakan program SPSS untuk menilai validitas dari setiap pertanyaan kuesioner yang telah dibuat. Suatu butir soal dapat dikatakan valid maupun tidak valid berdasarkan ketentuan berikut.

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan memiliki hasil yang signifikan terhadap skor total dan dapat dikatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan memiliki hasil yang signifikan terhadap skor total, tetapi item pertanyaan berkategori tidak valid.

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara setiap pertanyaan dengan skor total. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pernyataan mana yang valid dengan mengacu pada taraf signifikan 0,3 (r kritis). Jika r korelasi $< 0,3$ maka pernyataan tersebut tidak valid, sedangkan jika r korelasi $> 0,3$ maka pernyataan tersebut valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana semua alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan). Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini apakah menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner digunakan dua masa atau lebih dalam waktu yang berbeda.

Untuk menguji reliabilitas, peneliti menggunakan metode *Alpha Cronbach* (CA) yaitu metode yang umum digunakan untuk mengkaji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Apabila nilai *Alpha Cronbach* 0,7 atau lebih maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup tinggi, namun sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel.

Pengujian reliabilitas akan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* yaitu sebagai berikut.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_b^2} \right)$$

Dimana:

r_{11}	=	reliabilitas instrument
k	=	banyak butir pertanyaan
$\Sigma \sigma_b^2$	=	jumlah varian butir
σ_b^2	=	varian total
n	=	jumlah responden
X	=	nilai skor yang dipilih

3.6 Metode Analisis

Analisis data adalah kegiatan yang dilakukan setelah seluruh data dari responden terkumpul agar dapat diolah dan diperoleh hasil maupun kesimpulan yang akurat. Data akan dikelompokkan berdasarkan variabel tertentu dimana data akan ditabulasi dan dikelompokkan, kemudian akan dilakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan, serta akan dilakukan perhitungan untuk membuktikan hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Penelitian akan menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif dimana kedua metode tersebut akan menggambarkan benar atau tidaknya fakta yang ada serta akan menunjukkan bagaimana hubungan antar variabel yang diteliti.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Sekaran & Bougie (2019) mengemukakan bahwa statistik deskriptif seperti frekuensi, *the mean* (rata-rata), dan standar deviasi yang memberikan gambaran

informasi mengenai sekumpulan data Penggunaan analisis deskriptif sebagai metode analisis penelitian dikarenakan metode analisis deskriptif dapat memberikan sebuah gambaran dari hasil data yang dianalisis menggunakan mean atau nilai rata-rata dari setiap variabel dan seluruh sampel yang telah diteliti untuk diambil kesimpulannya. Sugiyono (2022) mengatakan bahwa “Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing – masing jawaban pertanyaan alternatif.

Dengan demikian penulis membuat pertanyaan – pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data atau keterangan dari responden. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan memberikan skor pada masing – masing jawaban pertanyaan alternatif pada halaman berikut ini:

Tabel 3. 3
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2018)

Pada saat data terkumpul dilakukan pengelolaan data yang disajikan dalam bentuk tabel dan perlu dianalisis. penulis menggunakan analisis deskriptif terhadap variabel bebas dan terikat yang selanjutnya akan dilakukan melalui klasifikasi hasil kuesioner yang dibagikan terhadap jumlah skor responden. Dari jumlah skor

jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Penilaian dilakukan dengan menggunakan skala likert dengan interval skor 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan 5 (Sangat Setuju).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif pada variabel Independen dan variabel Dependen yang selanjutnya dilakukan dengan mengklasifikasikan jumlah total skor responden. Mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan skor variabel penelitian masuk ke dalam kategori sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Dan berikut ara perhitungannya:

$$\frac{\Sigma \text{ Jawaban Kuesioner}}{\Sigma \text{ Pertanyaan} \times \Sigma \text{ Responden}} = \text{Skor Rata - Rata}$$

Setelah skor rata – rata sudah diketahui, maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang didasari pada nilai rata – rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Highest score} - \text{Lowest score}}{\text{Total value}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Tabel 3. 4
Kategori Skala

Skala	Kategori
1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
1,81-2,60	Tidak Baik
2,61-3,40	Kurang Baik
3,41-4,20	Baik
4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2022)

3.6.2 Analisis Kausal (Verifikatif)

Metode penelitian kausal (verifikatif) diartikan sebagai metode yang menguji apakah satu variabel menyebabkan variabel lain berubah atau tidak (Sekaran & Bougie, 2019). Verifikatif digunakan untuk menjawab hipotesis rumusan masalah pengaruh variabel secara langsung. Penelitian verifikatif menggunakan metode analisis regresi linear berganda, korelasi berganda, Uji Hipotesis (uji F dan t) dan Uji Koefisien Determinasi.

3.6.2.1 *Method of Succesive Interval*

Method of Succesive Interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi interval. Data yang didapatkan dari penelitian ini berupa data yang berskala ordinal. Agar memudahkan dalam pengolahan data maka data harus terlebih dahulu diubah menjadi data berskala interval. Untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan teknik *Method of Succesive Interval*. Langkah – langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Tentukan dengan tegas variabel apa yang akan diukur.
- b. Tentukan berapa responden yang akan memperoleh skor – skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
- c. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut sebagai proporsi.
- d. Tentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
- e. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
- f. Menentukan nilai skala (*scale value/SV*)

Untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke dalam skala interval, maka peneliti menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program Microsoft Excel yang ditambahkan ke MSI.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menyatakan hubungan fungsional antara variabel independen dan variabel dependen. Analisis regresi berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *Price Perception*, *Trust* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision* rumah subsidi. Adapun persamaan yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

$Y = \textit{Purchase Decision}$

$a = \text{Konstanta}$

$b = \text{Koefisien variabel X}$

$X_1 = \textit{Price Perception}$

$X_2 = \textit{Trust}$

$X_3 = \textit{Electronic Word of Mouth}$

$\varepsilon = \text{Tingkat Kesalahan (Error Term)}$

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel *Price Perception* (X_1), *Trust* (X_2) dan *Electronic Word of Mouth* (X_3) terhadap *Purchase Decision* (Y). Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 s/d -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linear dan arah hubungan. Pengaruh kuat atau tidaknya antara variabel maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 5
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2022)

3.7 Uji Hipotesis

Untuk memperoleh jawaban dari rumusan masalah, maka diperlukan pengujian hipotesis yang sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan dengan menggunakan uji signifikan dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol (H_0) adalah suatu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

3.7.1 Uji F (Uji Kelayakan Model)

Menurut Ghozali (2018), *goodness of fit* (uji kelayakan model) dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual secara statistik. Model *goodness of fit* dapat diukur dari nilai statistik F yang menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya antara lain:

- 1) *PValue* < 0,05 menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian
- 2) *PValue* > 0,05 menunjukkan bahwa uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel Independen mampu menjelaskan variabel Dependen, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan Uji F. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel terikat.

Taraf yang digunakan adalah 0,5 atau 5%, jika nilai signifikansi $F < 0,05$ dapat diartikan bahwa variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat atau sebaliknya. Terdapat dua hipotesis yang akan terjadi setelah dilakukannya uji F yaitu sebagai berikut.

1. Hipotesis 1

$H_0 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara variabel *Price Perception* (X_1), *Trust* (X_2) dan *Electronic Word of Mouth* (X_3) terhadap *Purchase Decision* (Y)

$H_1 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara variabel *Price Perception* (X_1), *Trust* (X_2) dan *Electronic Word of Mouth* (X_3) terhadap *Purchase Decision* (Y)

3.7.2 Uji T (Uji Parsial)

Uji hipotesis parsial merupakan pengujian hubungan antar variabel secara parsial yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat, dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Uji secara parsial dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan p value yang dapat dilihat dari hasil pengolahan data SPSS dengan taraf nyata (misal, $\alpha = 0,05$ atau 5%). Berikut dasar analisis yang digunakan pada uji pengaruh moderasi:

- 1) Jika nilai signifikansi $>$ taraf nyata (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika nilai signifikansi $<$ taraf nyata (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berikut adalah langkah-langkah pengujian dengan uji hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut.

- 1) Membuat Formula Uji Hipotesis.
 - a) Hipotesis 1

$H_0 : b_1 = 0$, *Price Perception* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Decision*.

$H_1 : b_1 \neq 0$, *Price Perception* berpengaruh terhadap *Purchase Decision*.

b) Hipotesis 2

$H_0 : b_2 = 0$, *Trust* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Decision*.

$H_1 : b_2 \neq 0$, *Trust* berpengaruh terhadap *Purchase Decision*.

c) Hipotesis 3

$H_1 : b_3 = 0$, *Electronic Word of Mouth* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Decision*.

$H_0 : b_3 \neq 0$, *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap *Purchase Decision*.

2) Membandingkan hasil uji

Hasil perhitungan akan dibandingkan taraf nyata, Adapun kriteria yang digunakan antara lain sebagai berikut:

- a) Jika nilai p value > taraf nyata (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b) Jika nilai p value < taraf nyata (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3) Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dan didukung oleh teori-teori yang sesuai dengan objek dan masalah penelitian.

Diharapkan setelah melakukan tahapan tersebut dapat menarik kesimpulan yang tepat.

3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen yang dapat dijelaskan oleh variabel dependen. Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$).

Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi terbagi menjadi 2, yaitu analisis koefisien determinasi simultan dan analisis koefisien determinasi parsial. Mengikuti hipotesis yang disusun, maka pada penelitian ini analisis koefisien determinasi hanya dilakukan secara parsial.

Analisis koefisien determinasi secara simultan akan menjelaskan bagaimana hubungan variabel X_1 , X_2 , X_3 terhadap variabel Y . Besarnya koefisien determinasi secara simultan dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Analisis koefisien determinasi secara parsial akan menjelaskan bagaimana hubungan salah satu variabel X_1 , X_2 , atau X_3 terhadap variabel Y . Besarnya koefisien determinasi secara parsial dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Nilai Koefisien Determinasi

β = Beta (nilai Standarized coefficients)

Zero Order = Matriks Korelasi variabel independen dengan variabel dependen

Dengan kriteria untuk analisis koefisien determinasi yaitu:

- 1) Jika K_d mendekati nol (0), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- 2) Jika K_d mendekati angka satu (1), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam item atau pertanyaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner berisi pernyataan mengenai variabel sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Responden memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman skala likert.

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Kota Bogor dengan melakukan survey terhadap konsumen membeli rumah subsidi dengan kriteria berumur 21 tahun sampai dengan 45 tahun. Survey akan dilaksanakan dalam kurun waktu satu bulan.