



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Hong Kong Kingland adalah perusahaan internasional yang bergerak pada bidang manajemen properti dan perusahaan pengembangan *real estate*. Hong Kong Kingland telah berdiri selama 19 tahun dan terfokus pada proyek perumahan dan komersil. Selama lebih kurang 19 tahun, Hong Kong Kingland telah membangun reputasi yang sangat baik berdasarkan tekad yang kuat untuk membangun perumahan dengan semangat dan rasa bangga. Hong Kong Kingland sudah mendirikan lebih dari 800.000 m² GFA (*Gross Floor Area*) di China. Dan akan terus mengembangkan usahanya hingga manca negara.



KINGLAND AVENUE

ESSENCE OF THE FINEST

Sumber: Data Perusahaan

Gambar 3.1 Logo Kingland Avenue

Hong Kong Kingland yang pertama kali berdiri pada tahun 2000 telah beranjak dari sebuah *developer* lokal menjadi manajemen properti nasional dan

perusahaan pengembangan *real estate*. Pada November 24, 2014, Kingland menggandeng Alfa Group dan Growth Steel Group sebagai perusahaan *join venture* sebagai PT. Hong Kong Kingland. Pada 23 September, 2016, PT. Hong Kong Kingland mengumumkan pada sebuah konferensi pers tentang proyek pionir pertama mereka, Kingland Avenue.

Apartemen-apartemen memiliki fitur-fitur dan juga jenis ruangan yang tidak berbeda jauh dengan layaknya apartemen.

Jenis-jenis apartemen adalah :

1. Apartemen tipe studio yaitu apartemen jenis yang paling banyak dijual di pasaran. Terdiri dari satu ruangan besar tanpa sekat kamar dan satu-satunya ruangan yang terpisah adalah kamar mandi. Apartemen studio memiliki fungsi beragam, sebagai kamar tidur, ruang makan, ruang kerja sekaligus tamu. Ada juga fasilitas dapur di dalam apartemen studio yang biasanya hanya dipisahkan dengan lemari atau meja bar. Kelebihan apartemen tipe studio adalah hemat biaya perawatan, simpel dan praktis, ruangan mudah ditata dan mudah dibersihkan. Kekurangan dari apartemen tipe studio adalah ruangan sempit, membosankan, sulit untuk menerima tamu dan sulit untuk memiliki hewan peliharaan.



Sumber: amara.com

Gambar 3.2 Apartemen Tipe Studio

2. Apartemen tipe alcove studio yaitu tipe apartemen yang persis sama dengan studio biasa. Hanya dari segi bentuk apartemen alcove studio memiliki bentuk seperti huruf L. Perbedaan lainya berada pada jumlah sekat di mana apartemen studio biasa hanya memiliki satu sekat sedangkan alcove studio dua sekat. Kelebihan apartemen tipe Alcove adalah ruang yang besar, terdapat ruang tambahan dan tersedia banyak opsi tata ruang. Kekurangan dari apartemen tipe Alcove adalah biaya sewa lebih mahal dari pada apartemen tipe Studio, membutuhkan biaya lebih untuk dekorasi dan ukuran hanya sedikit lebih luas dari pada apartemen studio biasa.



Sumber: 99.com

Gambar 3.3 Apartemen tipe Alcove Studio

3. Apartemen tipe loft yaitu apartemen dengan ukuran langit-langit yang cukup tinggi dan disertai dengan sebuah loft. Loft atau loteng sangat bermanfaat sebagai ruang penyimpanan ataupun kamar tidur. Ruangan apartemen loft memiliki sirkulasi udara yang baik karena struktur bangunannya yang memiliki langit-langit yang tinggi. Kelebihan dari apartemen tipe Loft adalah langit-langit tinggi, pencahayaan cukup, sirkulasi udara bagus, model terbuka dan fleksibel. Kekurangan dari apartemen tipe Loft adalah polusi suara lebih besar, perabot yang mahal dan tempat penyimpanan terbatas.



Sumber: 99.com

Gambar 3.4 Apartemen tipe Loft

4. Apartemen tipe 1, 2, 3 Kamar adalah tipe apartemen untuk keluarga. Seperti rumah, apartemen berkamar biasanya memiliki sekat yang memisahkan setiap ruangan di dalam. Pemisahan ini sangat bermanfaat bagi siapapun yang ingin tinggal di apartemen namun menganut suasana layaknya hunian tapak. Kelebihan dari apartemen tipe 1, 2, 3 kamar adalah tersedia ruang tamu, lebih banyak area penyimpanan, kamar dapat digunakan sebagai ruang kerja dan privasi lebih terjaga. Kekurangan apartemen tipe 1, 2, 3 kamar adalah biaya sewa lebih mahal, perawatan lebih sulit dan harga perabot mahal.



Sumber: 99.com

Gambar 3.5 Apartemen tipe 1, 2, 3 Kamar

5. Apartemen tipe convertible adalah ukuran yang jauh lebih besar dibandingkan apartemen biasanya. Di dalam apartemen ini tersedia dinding pemisah yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan. Pemilik ruangan dapat menentukan kegunaan masing-masing ruangan tanpa ada ketentuan khusus. Kelebihan dari apartemen tipe Convertible adalah lebih ekonomis dari apartemen one-bedroom, ruangan lebih luas, dapat digunakan sesuai keinginan dan bagian atas dinding pemisah dapat digunakan sebagai ruang penyimpanan. Kekurangan dari apartemen tipe Convertible adalah dinding pemisah tidak dapat menambah privasi, kamar yang dibagi dapat menimbulkan suara bising dan mengurangi keleluasaan gerak.



Sumber: 99.com

Gambar 3.6 Apartemen tipe Convertible

6. Apartemen tipe garden adalah apartemen yang memiliki bagian kebun atau taman. Namun, penamaan ini bisa juga bermakna dua hal: apartemen yang menghadap ke taman atau apartemen yang dilengkapi dengan taman. Kelebihan apartemen tipe Garden adalah cocok untuk pekerja malam, mudah diakses, ramah terhadap hewan peliharaan, lebih hemat energi dan dapat berkebun. Kekurangan dari apartemen tipe Garden adalah kurang asupan cahaya alami, terasa lebih lembap, tidak mendapatkan pemandangan lebih dan kenaikan harga lebih lambat.



Sumber: 99.com

Gambar 3.7 Apartemen tipe Garden

7. Apartemen tipe penthouse merupakan apartemen yang biasanya dibangun di lantai tertinggi sebuah bangunan. Penthouse memiliki luas bangunan yang berbeda dengan apartemen lainnya. Kelebihan dari apartemen tipe Penthouse adalah ukuran kamar sangat luas, fasilitas mewah, pelayanan kelas premium dan kenyamanan terjamin. Kekurangan dari apartemen tipe Penthouse adalah harga beli mahal, biaya perawatan mahal, kurang praktis dan perhitungkan masalah keamanan darurat.



Sumber: 99.com

Gambar 3.8 Apartemen tipe Penthouse

Jenis-jenis apartemen tersebut sudah pasti terdapat didalam apartemen sebagai ciri khas apartemen. Walau memiliki berbagai macam fitur yang unik, tidak semua apartemen berada dalam kondisi yang bergairah.

Beberapa bangunan dari Hong Kong Kingland telah di bangun di China. Berikut ini adalah bangunan-bangunan tersebut:

1. Chateau Elite



Sumber: Company Profile Kingland

Gambar 3.9 Chateau Elite

Bangunan ini diselesaikan pada tahun 2012, Chateau Elite merupakan proyek residensial eksklusif di Tiexi, Shenyang, China. Proyek ini merupakan investasi dan hunian mewah bagi pemilik rumah yang mencari kenyamanan dan kemewahan. Proyek tersebut ditempatkan di lokasi primer dan memegang nilai lahan dan penjualan yang paling tinggi di daerahnya. Chateau Elite dibuat dan dibangun berdasarkan dekorasi Perancis royal klasik yang diintegrasikan dengan tampilan kontemporer untuk mengakomodasi gaya hidup modern. Di perkenalkan pada Agustus 2009, area lahannya adalah 4.7 hektar dan memiliki *gross floor area* sebesar 130.000m². Chateau Elite habis terjual dalam waktu 3 tahun setelah di luncurkan.

Chateau Elite memiliki enam belas menara residensial:

- 5 menara dengan 28 lantai

- 2 menara dengan 18 lantai
- 6 menara dengan 6 lantai
- 2 menara dengan 4 lantai

Pada waktu itu, Chateau Elite bertempat bersebelahan dengan projek residensial lain yang dibangun oleh salah satu developer China yang paling besar, Wan Tah. Pada saat itu harga penjualan Kingland bersaing sengit dengan Wan Tah pada RMB 7.000 psm, harga penjualan Kingland secepat mungkin naik menjadi RMB 9.000 psm akibat kenaikan permintaan dari pasar dan total penjualan mencapai 200 miliar dollar.

2. Midtown Plaza



Sumber: Company Profile Kingland

Gambar 3.10 Midtown Plaza

Midtown Plaza adalah sebuah *shopping mall* yang berlokasi di tengah daerah komersial di Shenyang. Midtown Plaza di desain oleh Parmer dan Tuner Group, Midtown Plaza memiliki koleksi internasional dan merek-merek lokal, sehingga membuatnya menjadi tempat *shopping* yang populer dari luar dan dalam. Ritel kompleksnya memiliki total 5 lantai atas dan 3 lantai *basement*. Koneksi propertinya ditingkatkan dengan gabungan dari stasiun MRT yang dapat diakses melalui lantai bawah mall. Di bawakan pada awal tahun 2003, area lahan sebesar 1,5 hektar dan memiliki gross floor area selebar 73.000m². Konstruksi dimulai pada tahun 2005, diselesaikan dan terjual dalam waktu 3 tahun. Midtown Plaza akhirnya sukses mendapatkan dana US sebesar 90 miliar USD.

3. Ginza Plaza



Sumber: Company Profile Kingland

Gambar 3.11 Ginza Plaza

Berlokasikan di daerah primer Shenyang CBD area, Ginza Plaza adalah tempat yang menggunakan mixed-use development seperti shopping mall, office premium dan beberapa SOHO. Terdapat 28 lantai di menara office, 5 lantai di tempat shopping dan 2 lantai SOHO. Sebagai lahan mencolok di dalam kota, proyek ini dikenal dan menjadi prioritas utama oleh pemerintah provinsi. Proyek ini dikelarkan dan di luncurkan pada akhir tahun 2015. Di depan proyek ini akan terdapat stasiun MRT yang sedang dalam pembangunan dan akandi kelarkan di tahun yang sama. Dibawakan pada tahun 2009, total gross floor area adalah 76.000m² dan proyek ini menghabiskan 71.000.000 USD.

4. Napa Grove



Sumber: Company Profile Kingland

Gambar 3.12 Napa Grove

Napa Grove adalah proyek residensial pertama di kota yang menggunakan gaya Perancis dan anggur. Penghuni dari Napa Grove dapat menikmati menumbuhkan berbagai macam varietas dari anggur, penanaman akar di September dan merasakan anggur yang di produksi pada saat Festival Anggur. Dibawakan pada tahun 2006, ukuran area lahan adalah 3 hektar dengan total *gross floor area* sebesar 93.000m². Proyek ini dikelarkan pada tahun 2009 dengan hampir penuh okupasinya.

Proyek ini memiliki 10 menara dengan total 872 unit residensial (1 kamar tidur, 2 kamar tidur dan 3 kamar tidur).

- 3 menara dengan 6 lantai
- 3 menara dengan 18 lantai
- 2 menara dengan 14 lantai

- 1 menara dengan 27 lantai
- 1 menara dengan 9 lantai

Napa Grove telah memenangkan berbagai macam award untuk kualitas dan fitur yang inovatif. Proyek ini di berikan award kualitas pengembangan pada 2008, dan juga award kualitas konstruksi.

5. Wuchuan Pacific



Sumber: Company Profile Kingland

Gambar 3.13 Wuchuan Pacific

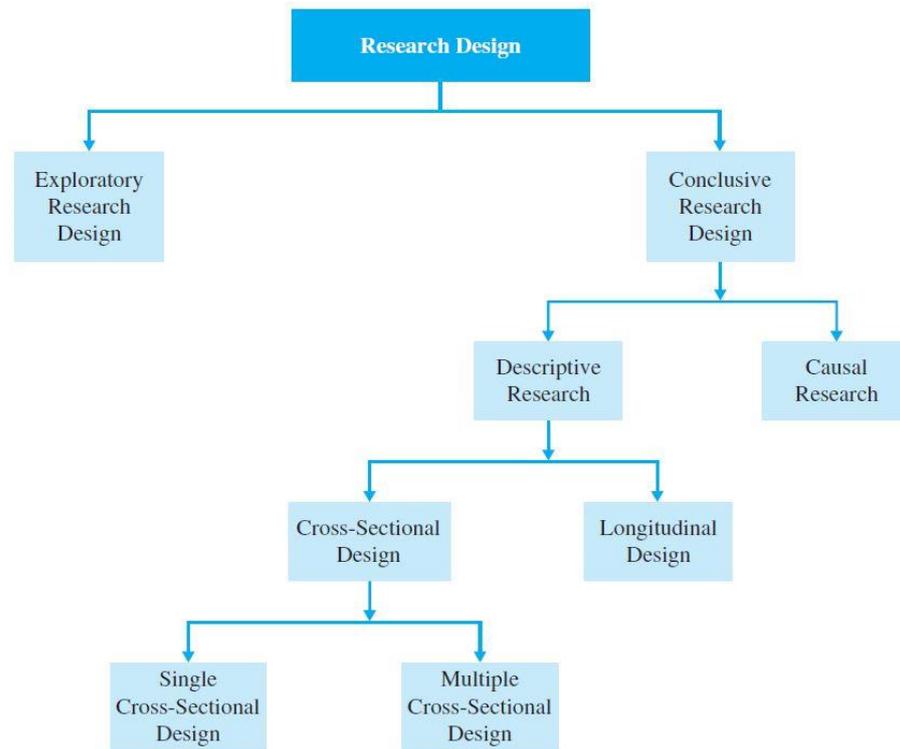
Wuchuan Pacific adalah sebuah proyek *mixed-use development* dengan *shopping mall*, 2 menara residensial dan terminal transportasi. Dilokasikan di Xiamen, provinsi Fujian, Wuchuan Pacific adalah transportasi terminal terbesar dan ruang ritel bawah tanah terbesar. Terminal tersebut dapat menampung 2/3 penumpang dari total volume penumpang di dalam kota. Dibawakan di tahun 2003, total *gross floor area* sebesar 94.000m².

Apartemen Hong Kong Kingland dibangun dengan menggunakan fitur mixed used development dengan shopping mall juga seerti dengan Wuchuan Pacific. Dilokasikan di provinsi Tangerang Selatan.

Pembangunan Apartemen Hong Kong Kingland di Indonesia sekarang sedang dilanjutkan dan akan diprediksi akan di kelarkan pada Juli 2020. Hong Kong Kingland sekarang dibangun di Tangerang dan terletak di daerah yang mudah di jangkau yaitu pada Jl Raya Serpong Kota Tangerang Selatan. Letak Hong Kong Kingland berada pada perbatasan Gading Serpong, Alam Sutera dan BSD. Perbatasan tersebut dapat memudahkan penghuni lebih mudah untuk mengakses berbagai macam tempat di Tangerang.

3.2 *Design Penelitian*

Berdasarkan Malhotra (2010), design penelitian adalah sebuah bagan kerangka untuk membuat sebuah riset atau penelitian dan didalam penelitian tersebut terdapat prosedur-prosedur yang diperlukan dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan agar dapat memecahkan masalah didalam riset penelitian.



Sumber: Malhotra, 2010

Gambar 3.14 Research Design

Pada gambar 3.7, dapat di lihat bahwa *design* penelitian dibagi menjadi 2, yaitu:

1. Exploratory Research Design

Jenis penelitian ini memiliki tujuan untuk merumuskan masalah atau menentukan masalah secara tepat, mengidentifikasi tindakan *alternative*, mengembangkan hipotesis, menyambungkan variabel-variabel kunci untuk pemeriksaan lebih lanjut, memperoleh wawasan untuk mengembangkan pendekatan pada masalah dan menetapkan prioritas untuk penelitian lebih lanjut.

2. Conclusive Research Design

Jenis penelitian ini memiliki tujuam untuk menguji hipotesis dan memeriksa hubungan antara hipotesis yang ada dan pengambilan keputusan

untuk menentukan dan mengevaluasi masalah. *Conclusive Research Design* dibagi menjadi 2 bagian, yaitu:

a. *Descriptive Research*

Menurut Malhotra (2010), jenis penelitian ini memiliki tujuan utama dalam menggambarkan karakteristik permasalahan yang terdapat dalam kelompok pasar. Metode pengambilan data dilakukan dengan *survey*, panel, observasi, atau data sekunder kuantitatif. Dalam jenis penelitian ini terdapat 2 bagian yaitu *crosssectional design* dan *longitudinal design*.

Malhotra (2010) menjelaskan bahwa *cross-sectional design* merupakan jenis penelitian dimana data atau informasi dari suatu sampel hanya satu kali yang dikumpulkan dalam satu periode untuk menjawab pertanyaan penelitian. *Cross-sectional design* dibagi menjadi 2 bagian, yaitu:

1. *Single Cross-sectional design* yang merupakan salah satu *cross-sectional design* dimana satu sampel responden diambil dari populasi sasaran dan informasi diperoleh dari sampel ini sebanyak satu kali.
2. *Multiple Cross-sectional design* yang merupakan salah satu *cross-sectional design* dimana terdapat dua atau lebih sampel responden dan informasi dari masing-masing sampel hanya diperoleh sekali.

Longitudinal design merupakan jenis penelitian dimana data atau informasi dari suatu sampel dapat diukur secara berulang kali pada variabel yang sama.

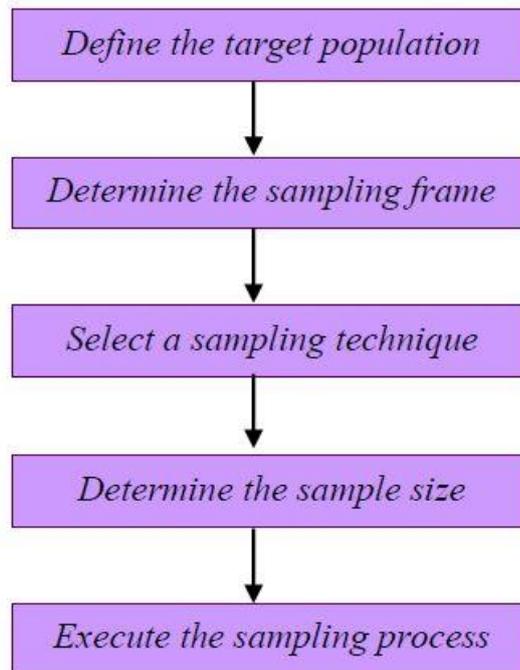
b. Causal Research

Jenis penelitian yang memiliki tujuan utama untuk memahami variabel mana yang merupakan penyebab dan variabel mana yang merupakan efek dari satu fenomena (sebab dan akibat).

Dalam penelitian yang penulis teliti ini, penulis menggunakan jenis penelitian *conclusive research design* karena pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antara hipotesis dengan metode *descriptive research* karena pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui karakteristik dari permasalahan yang terdapat di dalam kelompok pasar. Peneliti juga menggunakan metode pengambilan data secara *cross-sectional design* dengan tipe *single cross-sectional design* yaitu data atau informasi dari suatu sampel hanya satu kali yang dikumpulkan dalam satu periode untuk menjawab pertanyaan penelitian. Peneliti membuat survey yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan memberikan pertanyaan kuesioner kepada sampel dari populasi untuk memperoleh informasi dari responden. Responden akan memberikan penilaian antara 1 sampai dengan 7 skala likert dari pertanyaan kuesioner yang sudah diberikan oleh peneliti.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

Menurut Malhotra (2010), terdapat 5 tahapan pada *sampling design process* diantaranya: Mendefinisikan target populasi, menentukan *sampling frame* pada penelitian, menentukan *sampling technique*, menentukan *sample size* pada penelitian dan melakukan eksekusi *sampling process*. Berikut ini adalah alur *sampling design process*:



Sumber: Malhotra, 2010

Gambar 3.15 Alur *Sampling Design Process*

3.3.1 Target Populasi

Target populasi merupakan kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan nantinya akan memunculkan kesimpulan dari informasi yang didapatkan (Malhotra, 2010). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa target penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sudah mengetahui apartemen Hong Kong Kingland tetapi belum membeli apartemen Hong Kong Kingland dan berencana untuk membeli apartemen Hong Kong Kingland tersebut.

3.3.3.1 Sample Unit

Berdasarkan Malhotra (2010), *sample unit* adalah dasar yang mengandung unsur dari populasi yang menjadi *sample* penelitian. *Sample unit* yang digunakan pada penelitian ini adalah orang-orang yang mengetahui apartemen Kingland melalui

orang-orang dekat disekitarnya, pernah mencari informasi tentang apartemen Kingland dalam 6 bulan terakhir dan memiliki tempat tinggal serta sedang mencari apartemen Kingland untuk tinggal, berumur 25-55 tahun yang sedang bekerja dan telah menikah dan memiliki anak, serta belum pernah membeli unit pada apartemen Hong Kong Kingland dan keluarga mengetahui rencana untuk membeli apartemen Kingland.

3.3.1.2 Extent

Menurut Malhotra (2010), *Extent* adalah unsur lingkup wilayah dan tempat dimana peneliti mengumpulkan data didalam sebuah penelitian. Pada penelitian, batas geografis dalam menganalisa penelitian ini adalah rakyat indoneisa yang ingin membeli apartemen dan mengetahui apartemen tersebut untuk tinggal. Dikarenakan pembeli apartemen Hong Kong Kingland berencana untuk tinggal di sekitar daerah Tangerang. Penelitian ini mengambil ruang lingkup, wilayah dan tempat yang luas agar dapat mendapatkan hasil yang lebih optimal.

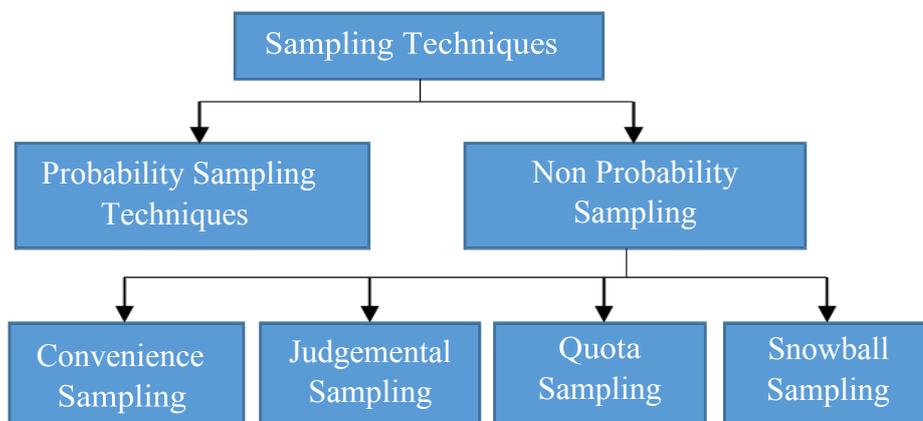
3.3.1.3 Time Frame

Menurut Malhotra (2010), *Time Frame* adalah waktu yang diperlukan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk melakukan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mulai melakukan penyebaran kuesioner pre-test pada 26 Oktober 2019 sampai 5 November 2019 setelah itu. Lalu, jika hasil yang didapatkan oleh peneliti *valid* dan *reliable*, peneliti akan mulai menyebarkan kuesioner secara luas. Sedangkan penelitian ini dimulai dari tanggal 25 September 2019 sampai 1 Januari 2019.

3.3.2 Sampling Frame

Sampling frame merupakan representasi dari target populasi yang terdiri atas daftar atau serangkaian arahan untuk dapat mengidentifikasi target dari populasi (Malhotra, 2010). Di dalam penelitian yang peneliti teliti ini, terdapat *sampling frame* yang didapatkan oleh peneliti melalui Database PT Hong Kong Kingland Avenue.

3.3.3 Sampling Technique



Sumber: Malhotra (2010)

Gambar 3.16 Sampling Technique

Berdasarkan Malhotra (2010), terdapat 2 teknik melakukan *sampling* dimana semua elemen dan populasi memiliki kesempatan untuk menjadi sampel dalam penelitian, yakni:

1. *Probability Sampling*

Probability sampling adalah keseluruhan dari elemen dalam populasi yang memiliki kesempatan untuk menjadi sampel dari penelitian.

2. *Non Probability Sampling*

Non Probability Sampling adalah teknik dimana tidak semua orang memiliki kesempatan untuk menjadi sampel dari penelitian, tetapi memiliki berdasarkan penilaian pribadi peneliti atau kemudahan yang dirasakan oleh peneliti dalam mengambil sampel. Terdapat beberapa teknik dari *non probability sampling*. Menurut Malhotra (2010), teknik-teknik tersebut adalah:

- a. *Convenience Sampling* merupakan teknik *sampling* yang didasarkan terhadap kenyamanan dari peneliti dalam mencari dan mengumpulkan sampel.
- b. *Judgemental Sampling* merupakan teknik *sampling* yang mirip atau sama dengan *convenience sampling*. Tapi perbedaannya adalah elemen populasi dipilih berdasarkan pertimbangan yang dipikirkan oleh peneliti dalam penelitian ini. Elemen yang telah terpilih adalah elemen yang dianggap akan mempresentasikan populasi.
- c. *Quota Sampling* merupakan teknik *sampling* yang menentukan kuota dari masing-masing elemen dan mengambil sampel dengan teknik *convenience sampling* ataupun *judgemental sampling*.
- d. *Snowball Sampling* merupakan teknik *sampling* yang didasarkan terhadap referensi dari para responden atau sampel yang lainnya.

Sampling Technique adalah kemampuan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling technique* dimana tidak semua orang memiliki kesempatan untuk menjadi sampel berdasarkan penilaian peneliti, tetapi responden ditentukan oleh syarat dan klarifikasi yang dibutuhkan dalam penelitian

ini (Malhotra, 2010). Dengan menggunakan tipe *judgemental sampling* yang sampel unitnya dipilih dengan memenuhi beberapa kriteria (Malhotra, 2010). Beberapa kriteria yang harus dipenuhi responden dalam penelitian ini adalah responden telah bekerja dan berkeluarga dengan status memiliki anak dan tempat tinggal yang sedang mencari dan mengetahui apartemen Hong Kong Kingland melalui orang-orang terdekat, tetapi belum pernah membeli apartemen tersebut.

3.3.4 Sampling Size

Sampling size adalah jumlah elemen yang ada didalam penelitian (Malhotra, 2010). Berdasarkan teori Hair *et al* (2014), cara menentukan jumlah sampel adalah dengan banyaknya jumlah pertanyaan yang digunakan di dalam kuesioner penelitian. Dengan asumsi $n \times 5$ observasi. Dalam penelitian penulis, peneliti menggunakan $n \times 5$ observasi dengan 28 *item* pertanyaan yang digunakan untuk mengukur 7 variabel. Dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang akan digunakan adalah 28 *item* pertanyaan dikali dengan 5 observasi sama dengan 140 responden.

3.3.5 Sampling Process

Sampling process adalah proses pengumpulan dan mengambil informasi data dari sampel. Metode yang digunakan oleh peneliti dalam mengambil informasi adalah dengan menggunakan metode *single cross sectional* dimana metode ini digunakan dengan mengambil dan mengumpulkan informasi dari sampel sebanyak satu kali dalam satu waktu saja (Malhotra, 2010).

3.3.5.1 Sumber Data

Data yang telah dikumpulkan didalam penelitian ini akan diolah untuk mendapatkan hasil penelitian yang optimal untuk penelitian peneliti. Menurut Malhotra (2010) terdapat 2 sumber data, yaitu:

1. *Primary Data*

Primary data adalah data yang terkumpul dan didapatkan langsung oleh peneliti untuk kebutuhan penelitian (Malhotra, 2010). Dalam proses pengumpulan *primary data*, proses tersebut menggunakan metode survey. Metode survey tersebut adalah metode dengan melakukan proses penyebaran kuisisioner kepada responden telah bekerja dan berkeluarga dengan status memiliki anak dan tempat tinggal yang sedang mencari dan mengetahui apartemen Hong Kong Kingland melalui orang-orang terdekat, tetapi belum pernah membeli apartemen tersebut.

2. *Secondary Data*

Secondary data adalah data yang telah terkumpul oleh sumber-sumber terpercaya. Data yang telah terkumpul untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini. Sumber-sumber data tersebut dapat diperoleh melalui jurnal, buku, berita dan informasi yang diperoleh melalui *website* terpercaya yang berkaitan dengan objek penelitian peneliti yakni apartemen Hong Kong Kingland.

3.3.5.2 Prosedur Pengumpulan Data

1. Pengumpulan *secondary* data melalui berbagai sumber seperti jurnal, artikel *website* dan buku. Informasi-informasi tersebut akan membantu peneliti dalam menyusun penelitian.
2. Menyusun pertanyaan kuesioner dilakukan dengan memilih kata yang tepat agar pada saat melakukan penyebaran kuesioner, responden menjadi lebih mudah untuk memahami pertanyaan agar hasil yang didapatkan dalam penelitian menjadi optimal dan sesuai.
3. Melakukan *pre test* dengan menyebarkan pertanyaan kuesioner kepada 30 responden sebelum menyebarkan kuesioner secara luas. Penyebaran kuesioner kepada 30 responden dilakukan secara offline dengan meminta responden untuk memenuhi syarat dan kelayakan dalam mengisi kuesioner.
4. Hasil *pre test* dari 30 responden dianalisa dengan menggunakan aplikasi SPSS 24. Jika hasil *pre test* memenuhi syarat dalam analisa, maka penelitian akan dapat dilanjutkan. Selanjutnya, pengambilan data besar yang telah ditentukan yaitu dengan n (*item*) x 5 observasi.
5. Melakukan penyebaran pertanyaan kuesioner ini dilakukan untuk menguji seluruh data dilakukan secara *offline* dengan membuat kuesioner melalui *google form* dan meminta untuk responden mengisi kuesioner tersebut. Pada penelitian yang peneliti lakukan, peneliti harus dapat mendapatkan minimal 140 responden yang layak dan memenuhi syarat penelitian.

6. Hasil dari uji seluruh data yang berjumlah 140 responden akan dinalisa kembali dengan menggunakan metode regresi linear ganda dengan memanfaatkan SPSS 24.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Independen

Berdasarkan Zikmund *et al* (2009) variabel independen adalah variabel yang memiliki potensi untuk mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dapat disebut sebagai variabel yang juga mempengaruhi variabel lainnya tetapi variabel independen tersebut tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Pada penelitian yang peneliti lakukan, yang dimaksudkan kedalam variabel independen peneliti adalah *attitude, subjective norm, perceived behavior control, location factor, living space* dan *financial factor*.

3.4.2 Variabel Dependen

Menurut Zikmund *et al* (2009) variabel dependen disebut sebagai variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya tetapi variabel dependen tidak mempengaruhi variabel lainnya, variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya (Zikmund *et al*, 2009). Pada penelitian yang peneliti lakukan, variabel dependen yang ada di dalam penelitian ini adalah *purchase intention*.

3.4.3 Variabel Teramati

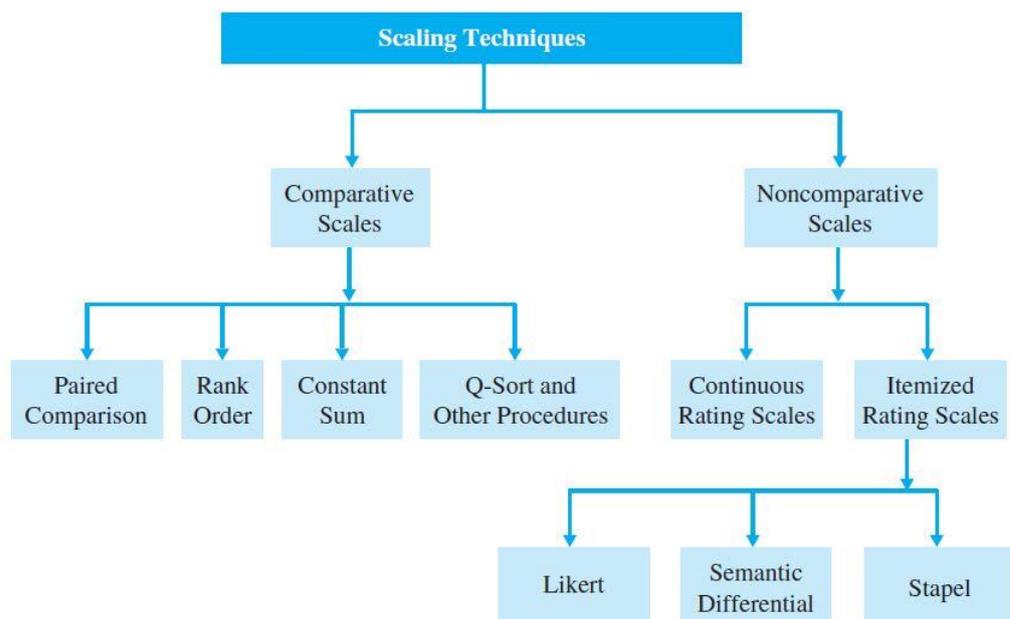
Menurut Hair *et al* (2010) variabel teramati atau juga dapat disebut variabel terukur merupakan variabel yang dapat diukur secara empiris atau dapat diukur sebagai indikator. Pada metode survey yang dilakukan melalui kuesioner, pertanyaan didalam kuesioner mewakili satu variabel teramati

atau variabel terukur. Simbol dari variabel teramati dapat terbentuk dengan bentuk kotak/ persegi panjang/ bujur sangkar (Hair *et al*, 2010).

Dalam penelitian yang peneliti lakukan ini, terdapat 28 pertanyaan dalam kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa jumlah variabel teramati atau variabel terukur dalam penelitian adalah 28 indikator.

3.5 Desain Pertanyaan untuk Kuesioner

Scaling techniques yang dapat digunakan dalam melakukan riset dapat digolongkan ke dalam 2 skala yaitu *comparative* dan *noncomparative scales*.



Sumber: Malhotra (2010)

Gambar 3.17 Scaling Techniques

Menurut Malhotra (2010) *comparative scales* adalah teknik yang menggunakan perbandingan langsung objek stimulus satu sama lainnya. *Noncomparative scales* adalah teknik yang menggunakan setiap objek stimulus yang diskalakan dan terlepas dari objek lainnya. *Itemized rating scales* adalah teknik pengukuran yang mempunyai angka dan deskripsi

singkat yang memiliki keterkaitan dengan setiap kategori. Kategori disusun berdasarkan posisi dari pengukuran skala. *Likert* adalah sebuah skala pengukuran dengan lima kategori untuk merespon dan dimulai dari pengukuran “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju” yang memberikan responden pilihan untuk menunjukkan tingkat dari kesetujuan dan ketidaksetujuan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan objek stimulus (Malhotra, 2010). Penelitian yang peneliti lakukan ini menggunakan skala *likert* dengan skala 1 sampai dengan 7.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian yang peneliti lakukan ini, pengukuran variabel perlu menggunakan indikator yang sesuai untuk dapat mengukur variabel secara akurat. Indikator tersebut memiliki tujuan untuk menyamakan persepsi dan menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam mendefinisikan variabel yang digunakan di dalam penelitian peneliti. Definisi-definisi dari variabel yang telah disusun, didapatkan melalui teori dari berbagai jurnal. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran *likert* 1 sampai dengan 7. Seluruh variabel yang diukur dengan skala *likert* 1 sampai dengan 7, dimana skala dengan angka 1 memberitahukan responden dengan penjelasan “sangat tidak setuju” dan angka 7 memberitahukan responden dengan penjelasan “sangat setuju” dari pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada responden. Definisi operasionalisasi dari penelitian yang peneliti lakukan dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
1	<i>Attitude</i>	<i>Attitude</i> merupakan pilihan seseorang dalam berperilaku dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu (Schiffman and Wisenbelt, 2015)	AT1	Saya merasa membeli apartemen Kingland adalah keputusan yang menguntungkan (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			AT2	Saya merasa membeli apartemen Kingland adalah ide yang bagus (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			AT3	Saya merasa membeli apartemen Kingland adalah keputusan yang bijak (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			AT4	Saya merasa membeli apartemen Kingland adalah keputusan yang tepat (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
2	<i>Subjective Norm</i>	<i>Subjective norm</i> merupakan pemikiran individu tentang apakah orang penting bagi individu berpikir perilaku harus dilakukan (Ajzen dan Fishbein, 1991)	SN1	Keluarga saya berpikir agar saya sebaiknya membeli apartemen dengan tipe studio/loft/penthouse Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			SN2	Keluarga saya berharap agar saya membeli apartemen dengan tipe studio/loft/penthouse Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			SN3	Keluarga saya setuju dengan saya untuk membeli dengan tipe	Likert (1-7)

				studio/loft/penthouse apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	
			SN4	Saya merasa menurut keluarga saya membeli apartemen studio/loft/penthouse Kingland adalah keputusan yang bijak (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
3	<i>Perceived Behavior Control</i>	<i>Perceived behavior control</i> didefinisikan sebagai persepsi individu dalam kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku (ajzen, 1991)	PB1	Saya merasa memiliki kesempatan yang dalam memutuskan membeli apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			PB2	Saya merasa memiliki waktu yang dalam memutuskan untuk membeli apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			PB3	Saya merasa memiliki uang yang cukup untuk membeli apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			PB4	Saya merasa memiliki pengetahuan yang cukup tentang apartemen Kingland untuk membuat keputusan (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
4	<i>Location Factor</i>	Lokasi berdekatan dengan semua layanan darurat yang penting,	LC1	Saya merasa lokasi apartemen yang dekat dengan sekolah penting untuk saya ketika	Likert (1-7)

		aksesibilitas transportasi (Nasar and Manoj, 2015)		mengambil keputusan untuk membeli apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	
			LC2	Saya merasa lokasi Apartemen yang dekat dengan rumah sakit penting untuk saya ketika mengambil keputusan untuk membeli apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			LC3	Saya merasa lokasi Apartemen yang dekat dengan transportasi publik penting untuk saya ketika mengambil keputusan untuk membeli apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			LC4	Saya merasa lokasi apartemen yang dekat dengan tempat kerja penting untuk saya ketika mengambil keputusan untuk membeli apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
5	<i>Living Space</i>	<i>Living Space</i> adalah sebuah atribut dari hunian properti yang terdiri dari jumlah beserta ukuran kamar tidur, ruang keluarga, ruang makan dan kamar	LS1	Saya mempertimbangkan jumlah kamar tidur ketika ingin membeli apartemen Kingland (Zeng, 2013)	Likert (1-7)
			LS2	Saya mempertimbangkan jumlah kamar mandi ketika ingin	Likert (1-7)

		mandi (Zeng, 2013)		membeli apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	
			LS3	Saya mempertimbangkan ukuran area makan ketika ingin membeli apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			LS4	Saya mempertimbangkan jumlah ruangan ketika ingin membeli apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
6	<i>Financial Factor</i>	<i>Financial factor</i> adalah beberapa faktor finansial yang meliputi tingkat suku bunga, pendapatan, harga rumah, dan kemampuan untuk pendanaan properti (Saw dan Tan, 2014)	FF1	Saya merasa harga apartemen akan mempengaruhi saya dalam memilih apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			FF2	Saya merasa penghasilan bulanan akan mempengaruhi saya dalam memilih apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			FF3	Saya merasa pembiayaan dari properti akan mempengaruhi saya dalam memilih apartemen Kingland (Yoke <i>et al</i> ,2018)	Likert (1-7)
			FF4	Saya merasa cara pembayaran akan mempengaruhi saya dalam memilih apartemen Kingland (Kaynak dan Stevenson, 1982)	Likert (1-7)

7	<i>Purchase Intention</i>	<i>Purchase Intention</i> didefinisikan sebagai kemungkinan dari kesiapan pembeli untuk membeli produk di masa yang akan datang (wu et al, 2011)	PI1	Saya akan membeli apartemen Kingland dalam waktu yang dekat (Yoke et al,2018)	Likert (1-7)
			PI2	Saya bermaksud untuk membeli apartemen Kingland di masa depan (Yoke et al,2018)	Likert (1-7)
			PI3	Saya berencana untuk membeli apartemen Kingland (Yoke et al,2018)	Likert (1-7)
			PI4	Saya ingin membeli apartemen Kingland (Yoke et al,2018)	Likert (1-7)

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Zikmund *et al* (2009) analisis deskriptif adalah sebuah analisis yang dilakukan untuk menilai karakteristik dari data dengan menggambarkan karakteristik dasar seperti distribusi, variabilitas sentral dan kecenderungan. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang menggunakan analisis deskriptif yang berfungsi untuk mengelompokkan jawaban-jawaban dari pertanyaan kuesioner yang telah di sebarakan oleh peneliti ke responden. Skala interval adalah skala yang memenuhi skala nominal ordinal dan memiliki interval tertentu. Skala interval juga menangkap perbedaan dalam jumlah konsep pengamatan pertama ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti ini, peneliti

menggunakan skala interval untuk mendeskripsikan perilaku *purchase intention* terhadap apartemen Hong Kong Kingland.

3.7.2 Analisis Kuesioner

Menurut Malhotra (2010) kuesioner adalah sebuah teknik mengumpulkan informasi atau data yang terdiri dalam rangkaian pertanyaan tertulis maupun lisan yang telah dijawab oleh responden. Setiap kuesioner memiliki tujuan spesifik yaitu:

1. Kuesioner diharuskan untuk dapat menunjukkan informasi yang diwakili oleh pertanyaan yang jelas, sehingga responden dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dengan baik
2. Kuesioner diharuskan untuk dapat mengajak dan membujuk responden untuk ikut dalam mengisi kuesioner. Kuesioner harus dapat mendorong responden agar dapat ikut berpartisipasi dalam seluruh wawancara tanpa membiaskan tanggapan mereka.
3. Kuesioner diharuskan untuk dapat meminimalkan kesalahan dalam tanggapan. Kesalahan ini akan timbul jika responden tidak dapat memberikan jawaban dari pertanyaan secara akurat dan baik ataupun peneliti yang lemah dalam melakukan analisis jawaban dari responden.

3.7.3 Uji *Pre test*

Menurut Malhotra (2010), uji *pre-test* adalah survey yang cenderung tidak terstruktur dibandingkan dengan survey skala besar. Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji *pre-test* kepada 30 responden untuk diuji dengan cara melakukan penyebaran kuesioner secara *offline*. Setelah peneliti mendapatkan hasil dari *pre-test* 30 responden, peneliti akan mengolah data

tersebut dengan menggunakan *software* SPSS 25 untuk menguji apakah data tersebut *valid* dan *reliable* atau tidak dari pernyataan kuesioner. Sehingga, ketika *uji pre-test* sudah dinyatakan *valid* dan *reliable*, peneliti akan melakukan survey dengan skala yang lebih besar dan hasil yang didapatkan dapat konsisten dan diandalkan..

3.7.4 Uji Validitas

Berdasarkan Malhotra (2010) validitas dapat diartikan sebagai sejauh mana perbedaan dalam nilai skala observasi mencerminkan perbedaan nyata pada karakteristik objek yang sedang diteliti. Menurut Malhotra (2010), apabila sebuah skala mempunyai nilai validitas yang baik artinya skala tersebut tidak mempunyai measurement yang error. Malhotra (2010), menyatakan bahwa ada syarat-syarat dalam faktor analisis sebagai berikut:

1. *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA)*.

KMO MSA merupakan indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis. Jika nilai $KMO \geq 0,5$ maka dapat dinyatakan bahwa analisis faktor telah memadai dalam hal sampel sedangkan jika $KMO < 0,5$ maka analisis factor tidak *valid*.

2. *Barlett's Test of Sphericity*

Barlett's Test of Sphericity merupakan sebuah uji statistik yang biasanya digunakan dalam menguji sebuah hipotesis. Apabila nilai signifikan ≤ 0.05 menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel dengan indikatornya.

3. *Anti Image Matrix*

Anti Image Matrix digunakan untuk memprediksi hubungan antar variabel, dimana hubungan variabel tersebut salah atau tidak. Jika nilai $MSA = 1$, prediksi antara variabel tidak memiliki kesalahan, sedangkan jika nilai $MSA \geq 0.50$ variabel variabel harus dianalisa lebih lanjut dan bila nilai $MSA \leq 0.50$ maka variabel tidak dapat di analisa lebih lanjut, harus dilakukan perhitungan analisis faktor ulang ketika situasi tersebut.

4. *Factor loading*

hasil dari *component matrix* adalah korelasi dari suatu indikator dengan faktor yang berbentuk. *Factor loading* harus memiliki nilai sebesar ≥ 0.50 .

3.7.5 Uji Reliabilitas

Menurut Zikmund *et al* (2009) uji reliabilitas merupakan indikator dari konsistensi internal. Konsistensi sendiri merupakan kunci untuk memahami reliabilitas. Ghozali (2011) mengatakan bahwa reliabilitas sebenarnya adalah sebuah alat ukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dapat dinyatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner konsisten atau stabil. *Software* SPSS 25 memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* yang akan dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,7$.

3.7.6 Regresi Linear Ganda

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Menurut Ghozali (2011) analisis regresi adalah pembelajaran untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan juga

menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Sebelum peneliti melakukan uji regresi linear berganda, peneliti harus melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu agar mendapatkan hasil yang terbaik.

a. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Analisis linier berganda ini dilakukan dengan uji koefisien determinasi dan uji t. Model regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + \beta_4.X_4 + \beta_5.X_5 + \beta_6.X_6 + e$$

Keterangan:

$Y = \textit{Purchase Intention}$

$\alpha = \textit{Konstanta}$

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6 = \textit{Koefisien regresi variable Independen}$

$X_1 = \textit{Attitude (AT)}$

$X_2 = \textit{Subjective Norm (SN)}$

$X_3 = \textit{Perceived Behavior Control (PB)}$

$X_4 = \textit{Location Factor (LC)}$

$X_5 = \textit{Living Space (LS)}$

$X_6 = \textit{Financial Factor (FF)}$

Ghozali (2011) menyatakan bahwa *standardized coefficients* memiliki keuntungan yaitu mampu mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen. Jika ukuran variabel tidak sama. Maka sebaiknya interpretasi

persamaan regresi menggunakan *standardized*. Namun demikian, ada dua hal yang perlu mendapat perhatian jika menggunakan *standardized beta*: pertama, koefisien beta digunakan untuk melihat pentingnya masing-masing variabel independen secara relative dan tidak ada multikolinearitas antar variabel independen. Kedua, nilai koefisien beta hanya dapat diinterpretasikan dalam konteks variabel lain dalam persamaan regresi.

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka perlu dilakukan beberapa uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengukur persamaan regresi yang telah di dapatkan memiliki kecocokan dalam estimasi dan konsisten (Ghozali, 2013). Gauss (1821) dalam Graybill (1976) menyatakan jika semua asumsi telah terpenuhi, maka estimator yang dihasilkan akan bersifat BLUE (*Best, Linear Unbiased Estimator*). *Best* artinya memiliki varians yang paling minimum diantara nilai varians alternatif setiap model yang ada. *Linear* artinya linier dalam variabel acak (Y). *Unbiased* artinya tidak bias atau nilai harapan dari estimator sama atau mendekati nilai dengan parameter sebenarnya. Uji asumsi klasik akan dijelaskan sebagai berikut: Maka peneliti harus melakukan beberapa uji asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011) uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas adalah salah satu parameter dalam uji model regresi linear berganda. Seperti yang diketahui bahwa uji t dan F menjelaskan bahwa nilai dari residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini tidak dilakukan,

maka uji statistik menjadi tidak valid terhadap jumlah sampel yang sedikit. Ada dua cara untuk mengetahui apakah residual berdistribusi dengan normal atau tidak, yaitu dengan menganalisa grafik dan uji statistik. Pada penelitian yang dilakukan peneliti ini, peneliti menggunakan metode analisis statistik dengan menggunakan uji statistik non-parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Model memenuhi uji normalitas uji statistik non-parametik Kolmogorov-Smirnov membuat hipotesis:

H₀ : Data residual berdistribusi normal

H_A : Data residual tidak berdistribusi normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2011) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah model regresi memiliki ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Uji homoskedastisitas dilakukan untuk menguji error dalam model statistik agar dapat melihat apakah varian atau keragaman dari error terpengaruhi oleh faktor lain atau tidak. Ada beberapa cara untuk melakukan uji heteroskedastisitas yaitu dengan uji grafik plot, uji park, uji glesjer dan uji white. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode uji grafik plot dengan menggunakan uji Scatterplot Regression Standardized Predicted Value. Jika model ini memiliki titik-titik menyebar secara acak atau baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa model ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011), bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji ditemukannya korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak ditemukannya korelasi di dalam variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal* dan model regresi menjadi bias dan efek pada variabel independen kepada variabel dependen menjadi tidak cocok. Untuk menguji multikolinieritas dapat dilihat pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari setiap variabel independen. Jika nilai VIF < 10 atau sama dengan memiliki nilai $t \geq 0,10$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari gejala multikolinieritas.

2. Regresi

Dalam melakukan analisa regresi, peneliti tidak hanya mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, tetapi juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

a. Uji Pengaruh Stimulan (Uji F)

Ghozali (2011) mengemukakan bahwa uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau:

$$H_0: b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya bahwa apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif (HA) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_A: b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Artinya bahwa semua variabel independen secara simultan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2 & Adjusted R^2)

Menurut Ghazali (2011), koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 kecil dapat diartikan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Dan jika nilai koefisien determinasi mendekati satu berarti variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk variabel dependen. Sedangkan untuk Adjusted R^2 dilakukan untuk mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Dalam kenyataan nilai adjusted R^2 dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap bernilai nol.

c. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Tujuan dari uji t adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan

sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

Ho : $b_i = 0$

HA : $b_i \neq 0$

1) Pengaruh *Attitude* (X1) terhadap *Purchase Intention* (Y).

Ho1 : $b_1 \leq 0$, tidak terdapat pengaruh positif X1 terhadap Y

Ha1 : $b_1 > 0$, terdapat pengaruh positif X1 terhadap Y

2) Pengaruh *Subjective Norm* (X2) terhadap *Purchase Intention* (Y).

Ho2 : $b_2 \leq 0$, tidak terdapat pengaruh positif X2 terhadap Y

Ha2 : $b_2 > 0$, terdapat pengaruh positif X2 terhadap Y

3) Pengaruh *Perceived Behavior Control* (X3) terhadap *Purchase Intention* (Y).

Ho3 : $b_3 \leq 0$, tidak terdapat pengaruh positif X3 terhadap Y

Ha3 : $b_3 > 0$, terdapat pengaruh positif X3 terhadap Y

4) Pengaruh *Location Factor* (X4) terhadap *Purchase Intention* (Y).

Ho4 : $b_4 \leq 0$, tidak terdapat pengaruh positif X4 terhadap Y

Ha4 : $b_4 > 0$, terdapat pengaruh positif X4 terhadap Y

5) Pengaruh *Living Space* (X5) terhadap *Purchase Intention* (Y).

Ho5 : $b_5 \leq 0$, tidak terdapat pengaruh positif X5 terhadap Y

Ha5 : $b_5 > 0$, terdapat pengaruh positif X5 terhadap Y

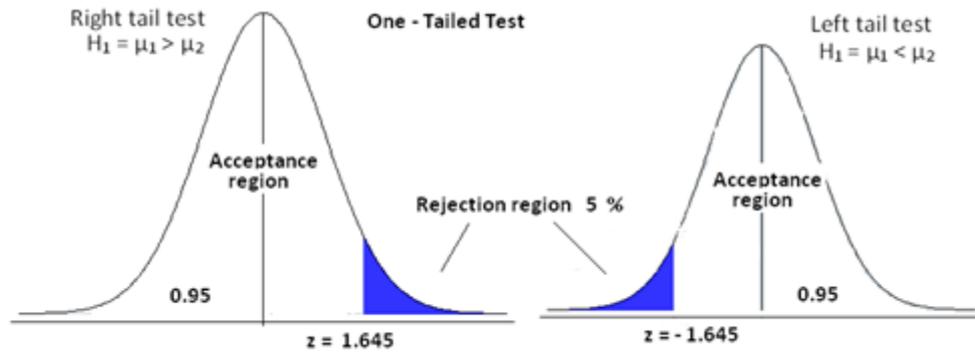
6) Pengaruh *Financial Factor* (X4) terhadap *Purchase Intention* (Y).

Ho6 : $b_6 \leq 0$, tidak terdapat pengaruh positif X6 terhadap Y

Ha6 : $b_6 > 0$, terdapat pengaruh positif X6 terhadap Y

Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- i. Jika tingkat signifikansi $\leq 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima
- ii. Jika tingkat signifikansi $\geq 5\%$, H_0 diterima dan H_a ditolak



Gambar 3.18 One-tailed Test