

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka jenis penelitian yang digunakan yaitu *field research* atau studi lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi atau lembaga tertentu. Selain penelitian lapangan penulis juga menggunakan *library research* atau penelitian kepustakaan yaitu dengan membaca buku, laporan-laporan karya ilmiah dan lain sebagainya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistik.¹ Untuk menjawab masalah dan menguji hipotesis maka jenis penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan metode penelitian survey. Penelitian survey merupakan salah satu metode penelitian sosial yang amat luas penggunaannya. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* atau *confirmatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.²

Penelitian ini pada umumnya dilakukan untuk membuat suatu generalisasi dari suatu pengamatan terbatas atau sampel menjadi kesimpulan yang berlaku umum bagi populasi. Penelitian ini mampu menjangkau responden yang banyak jumlahnya dengan menggunakan kuesioner.³ Dimana dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko dan lokasi toko terhadap minat beli pada Soenan Milk Cafe Pati.

¹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, Alfabeta, Bandung, 2008, hlm 11.

² Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Media Ilmu, Kudus, 2017, hal. 37

³Ibid., hal. 37

B. Sumber Data Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah, maka sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sumber data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari narasumber atau responden.⁴ Dalam penelitian ini data diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang dibuat oleh peneliti.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen/publikasi/laporan penelitian dari dinas/instansi maupun sumber data lainnya yang menunjang.⁵ Data sekunder ini penulis peroleh dari dokumen, arsip, buku-buku literatur dan media alternatif lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Data-data ini diperoleh dari dokumentasi, pengamatan di soenan cafe Pati, buku-buku dan jurnal penelitian yang mendukung bagi penelitian ini.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁶ Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen Soenan Cafe Pati selama satu bulan yaitu 1500 konsumen.

⁴ Deni Darmawan, "Metode Penelitian Kuantitatif", Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2013, hlm 13.

⁵ *Ibid*, hlm 13

⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, ALFABETA, Bandung, 2016, hal. 61

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).⁷

Penentuan sampel menggunakan *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan teknik *non probability sampling* yang anggota sampel diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁸ Dalam penelitian ini, sampel responden dipilih berdasarkan konsumen yang sedang berkunjung ke Soenan Milk Cafe Pati. Hal itu dilakukan karena fokus penelitian ini adalah minat beli konsumen.

Berikut ini perhitungan besaran sampel dengan menggunakan rumus Slovin:⁹

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$
$$n = \frac{1500}{1500(0,1)^2 + 1}$$
$$n = \frac{1500}{16}$$
$$n = 93,75$$

⁷ Ibid., hal. 62

⁸ Supardi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, UII Press, Yogyakarta, 2005, hal. 115

⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana, Jakarta, 2005, hal.115

Keterangan:

n : jumlah sampel yang dicari

N : jumlah populasi

d : nilai presisi (ditentukan dalam contoh ini sebesar 90% atau $\alpha = 0,1$)

Dengan demikian, maka dari jumlah populasi sebesar 1500 diperoleh sampel sebesar 93,75, dibulatkan menjadi 95.

D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.¹⁰

Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen.¹¹ Pada penelitian ini variabel independennya adalah suasana toko dan lokasi toko yang dilambangkan dengan X. Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat beli konsumen yang dilambangkan dengan Y.¹²

E. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel

¹⁰ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, ALFABETA, Bandung, 2016, hal. 2-3

¹¹ Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Media Ilmu, Kudus, 2017, hal. 80

¹² *Ibid.*, hal. 81

tersebut yang dapat diamati.¹³ Sesuai dengan tata variabel penelitian, maka diperoleh definisi operasional sebagai berikut:

Tabel 3.1
Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Sumber	Skala
Lokasi (X2)	Lokasi toko adalah tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau dijual baik jenis, jumlah maupun harganya.	a. Pemilihan lokasi yang strategis b. Berada di dekat pemukiman penduduk c. Aman dan nyaman bagi konsumen d. Adanya fasilitas yang mendukung	Denny dan Supriyatin (2015)	Likert

¹³ Masrukin, *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer*, Media Ilmu Press, Kudus, 2007, hal.5

Suasana Toko (XI)	Suasana toko adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran dan dapat menarik konsumen untuk membeli.	<ul style="list-style-type: none"> a. Desain toko b. Adanya komunikasi visual c. Penataan cahaya d. Musik yang diputar e. Tata warna ruangan f. Aroma di dalam ruangan tidak mengganggu kenyamanan konsumen 	Mila dkk (2014)	Likert
Minat beli (YI)	Minat beli adalah proses penentuan suatu pilihan yang paling tepat dari berbagai alternatif yang ada.	<ul style="list-style-type: none"> a. Berminat membeli produk di Soenan Cafe Pati b. Merekomendasikan Soenan Cafe Pati kepada orang lain c. Mencari informasi mengenai Soenan Cafe Pati 	Budi dan Hartono (2014)	Likert

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner dan dokumentasi.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberiseperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.¹⁴ Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode angket (kuesioner).

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian yang meliputi buku-buku yang relevan, laporan kegiatan, foto-foto, maupun data yang relevan dalam penelitian

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka dan kuesioner. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban dari para responden pada penelitian ini menggunakan metode penelitian koesioner dengan skala pengukuran *Likert (Likert Summating Rating's)*.
Daftar perta

1. Untuk jawaban STS sangat tidak setuju diberi nilai = 1
2. Untuk jawan TS tidak setuju diberi nilai = 2
3. Untuk jawaban N netral diberi nilai= 3
4. Untuk jawaban S setuju diberi nilai = 4
5. Untuk jawaban SS sangat setuju diberi nilai = 5

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2015, hal. 142

Adapun kisi-kisi kuesioner tersebut sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel penelitian	Indikator	Nomor pertanyaan
<i>Store Atmosphere</i> (suasana toko)	a. Desain toko b. Adanya komunikasi visual c. Penataan cahaya d. Musik yang diputar e. Tata warna ruangan f. Aroma didalam ruangan tidak mengganggu kenyamanan konsumen.	1, 2 3 4, 5 6 7 8
<i>Store Location</i> (lokasi)	a. Pemilihan lokasi yang strategis b. Berada di dekat pemukiman penduduk c. Aman dan nyaman bagi konsumen d. Adanya fasilitas yang mendukung	9, 10 11, 12 13, 14 15, 16
Minat Beli	a. Berminat membeli produk di Soenan Cafe Pati b. Merekomendasikan Soenan Cafe Pati kepada orang lain c. Mencari informasi mengenai Soenan Cafe Pati	17,18 19,20 21

H. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui reliabilitas dan validitas variabel-variabel yang diteliti menggunakan teknik pengujian sebagai berikut:

a. Uji validitas

Yang dimaksud dengan validitas adalah pernyataan sampai sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang diukur. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Jika periset menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya.¹⁵

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk (*validityconstruct*) yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh masing-masing item yang dapat berupa pernyataan maupun pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan berdasarkan ukuran statistik. Bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Rumus korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus product-moment sebagai berikut:¹⁶

$$t = \frac{r}{\frac{\sqrt{1-r^2}}{N-2}}$$

¹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IMB SPSS 23*, Semarang, UNDIP, 2013, hal. 53

¹⁶Ibid., hal. 53

Keterangan :

r : r hitung

N : sampel

b. Uji reliabilitas

Reabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula.¹⁷ Teknik *alpha cronbach* digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reabel atau tidak. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reabilitas (r_{11}) $> 0,6$.¹⁸

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinieritas tidak terjadi jika nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai toleransi lebih dari 0,10.¹⁹

¹⁷Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2014, hlm. 87.

¹⁸*Ibid*, hlm. 90.

¹⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Progam IMB SPSS 23*, Semarang, UNDIP, 2013hlm 103

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi *heteroskedastisitas* karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).²⁰

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam suatu model regresi.²¹

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.²² Uji normalitas dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti arah atau mendeteksi distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell Shaped*). Untuk melakukan uji normalitas dapat juga dengan melihat *normal probability plot*, dimana jika garis yang

²⁰*Ibid*, hlm 134

²¹*Ibid*, hlm 134-135

²²*Ibid*, hlm 154

menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal.²³

3. Analisis Data

Dalam melakukan pengolahan data statistik, peneliti menggunakan program SPSS yaitu alat yang digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh suasana toko dan lokasi terhadap minat beli. Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda. Uji regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji regresi linier berganda dapat dilihat dalam persamaan berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Minat Beli Ulang Konsumen
- X1 = *Store atmosphere* (suasana toko)
- X2 = *Store location* (lokasi)
- bX = Koefisien regresi
- a = Konstanta
- e = *Standart Error*

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen. Secara

²³ Masrukin, "Statistik Inferensial", Media Ilmu Press, Kudus, 2008, hlm 61

umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.²⁴

b. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Pengujian secara parsial ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (*store atmosphere* dan *store location*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat beli konsumen). Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:²⁵

- 1) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan.
 - a) Jika tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - b) Jika tingkat signifikan lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
- 2) Dengan membandingkan t hitung dengan t tabel
 - a) Jika $t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung}$, maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - b) Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

Hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- 1) $H_{a1}: \beta_1 \geq 0$, artinya terdapat pengaruh positif *store atmosphere* (suasana toko) terhadap minat beli
- 2) $H_{a2}: \beta_2 \geq 0$, artinya terdapat pengaruh positif *store location* (lokasi toko) terhadap minat beli.

²⁴ Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21", Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016, hal. 87

²⁵ Duwi Prayitno, "Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS", Jakarta, PTBukuSeru, 2010, hlm 69

c. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Uji simultan F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau $H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$ artinya adalah *store atmosphere* dan *store location* secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat beli. Hipotesis alternatif (H_a), ada pengaruh *store atmosphere* dan *store location* terhadap minat beli.²⁶

- 1) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan
 - a) Jika nilai signifikan lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - b) Jika tingkat signifikan lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
- 2) Dengan membandingkan F hitung dengan F tabel
 - a) Jika $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$ maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - b) Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

²⁶ *Ibid*, hlm 67