

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan di dalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realita apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu.¹ Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.² Dalam penelitian kuantitatif atau positivistik, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kasual (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.³ Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang biasanya diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data orisinil.⁴ Data tersebut diperoleh dari jawaban para responden terhadap pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Responden yang menjawab kuesioner tersebut adalah konsumen secara tunai Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group.

¹ Marzuki, *Metodologi Riset*, Ekonosia, Yogyakarta, 2005, hlm. 14.

² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 1997, hlm. 5.

³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm. 63.

⁴ Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 148.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data.⁵ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku, jurnal, dan media lainnya yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi obyek penelitian.⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian secara tunai di Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group. Mengingat jumlah populasi cukup banyak, dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, maka dilakukan *sampling* (pengambilan sampel) sebagai representasi populasi.

2. Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi. Agar informasi yang diperoleh dari sampel benar-benar mewakili populasi, sampel tersebut harus mewakili karakteristik populasi yang diwakilinya. Untuk memperoleh sampel yang dapat mewakili karakteristik populasi, diperlukan metode pemilihan sampel yang tepat. Informasi dari sampel yang baik akan dapat mencerminkan informasi dari populasi secara keseluruhan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, dengan menggunakan teknik *insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Menurut Roscoe dalam bukunya Sugiyono menyatakan bahwa, bila dalam penelitian akan

⁵ *Ibid.*, hlm. 148.

⁶ *Ibid.*, hlm. 118.

melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini ada 4 variabel (*independen + dependen*), maka jumlah anggota sampel $10 \times 4 = 40$.⁷

D. 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.⁸

Variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut Sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *independen* adalah *store atmosphere* (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan keberagaman produk (X_3).

2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁹ Variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah minat beli (Y).

⁷ Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 131-132.

⁸ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R & D*, Alfabeta, Bandung, 2009, hlm. 38.

⁹ *Ibid.*, hlm. 39.

E. Definisi Operasional

Variabel dan definisi operasional akan dijelaskan sebagaimana dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Definisi operasional variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
<p><i>Store Atmosphere</i> (X₁)</p>	<p><i>Store Atmosphere</i> merupakan kesan keseluruhan yang disampaikan oleh tata letak fisik toko, dekorasi, dan lingkungan sekitarnya</p>	<p>1. <i>Exterior</i> 2. <i>General Interior</i> 3. <i>Store Layout</i> 4. <i>Interior POP Display</i>.¹⁰</p>	Skala likert
<p>Kualitas Pelayanan (X₂)</p>	<p>Kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima.</p>	<p>1. Bukti langsung (<i>tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>emphaty</i>).¹¹</p>	Skala likert

¹⁰ Lili Karmela F, Jujun Junaedi, *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Griya Kuningan*, EQUILIBRIUM Vol. 5 No. 9, Januari- Juni, 2009, hlm. 96.

¹¹ Sarwo Eddy Wibowo, Endang Ruswanti, dan Unggul Januarko, *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta*, Jurnal Ekonomi Vol. 4 No.1, Mei, 2013, hlm. 58.

Keberagaman Produk (X ₃)	Keragaman produk (<i>assortment</i>) menunjukkan pada keanekaragaman kategori produk yang terdiri dari <i>wide</i> (lebar) dan <i>deep</i> (dalam).	1. <i>Wide</i> (lebar) 2. <i>Deep</i> (dalam). ¹²	Skala likert
Minat Beli (Y)	Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.	1. Ketertarikan 2. Keinginan 3. Keyakinan. ¹³	Skala likert

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya,

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain

¹² Nova Christian Mamuaya, *The Effect of Situational Factors and Production on Consumer Buying Decision in Hypermart at Manado City*, Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 1, Mei, 2016, hlm. 141.

¹³ Chandra Dewi dan Nuryati, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Konsumen dirumah Makan Boga-Bogi Surakarta*, INFORMATIKA Vol. 1 No. 2, September, 2014, hlm. 56.

panca indera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Dapat dikatakan bahwa observasi merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.¹⁴ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi langsung pada Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group.

2. Angket

Sering pula metode angket disebut sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden, setelah diisi angket dikirim kembali atau dikembalikan kepetugas atau peneliti.¹⁵ Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon konsumen Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group mengenai *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keberagaman produk terhadap minat beli.

Kuesioner disusun dengan menggunakan skala *likert* (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor.

Tabel 3.2 Skala likert

Jawaban	Skor atau Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Raagu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

¹⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penellitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Kencana prenada Media Group, Jakarta, 2005, hlm. 143.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 133.

3. Dokumentasi

Metode dokumenter adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis.¹⁶ Sebagian besar data yang tersedia berbentuk surat-surat, catatan harian, kenang-kenangan, laporan, dan sebagainya. Sifat utama dari data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk hal-hal yang telah silam.

Metode dokumenter merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kuantitatif. Metode ini peneliti gunakan untuk mendapatkan data tambahan yang berhubungan dengan *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keberagaman produk terhadap minat beli konsumen di Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁷ Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen dari masing-masing variabel, maka dengan *degree of freedom* ($df = n - k$), dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk dengan α 0,05. Apabila nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 134.

¹⁷ Prof. Dr. H. Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Undip, Semarang, 2011, hlm. 52.

dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.¹⁸ Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$).

H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi. Berikut ini macam-macam uji asumsi klasik

1. Uji Data Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.¹⁹ Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat pada nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 .²⁰

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 47.

¹⁹ Prof. Dr. H. Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Undip, Semarang, 2006, hlm. 95.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 96.

berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain.²¹ Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis, yaitu batas bawah (dl) dan batas atas (du). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *Intercept* (konstanta) dalam model regresi, serta tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai DW terletak antara batas atas atau *Upper bound* (du) dan $(4-du)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
 - b. Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah atau *Lower Bound* (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.
 - c. Bila nilai DW lebih besar dari $(4-dl)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
 - d. Bila nilai DW terletak di antara atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.²²
3. Uji Normalitas

Uji Normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel *independen* dan variabel *dependen* keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.²³ Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara

- a. Melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

²¹ *Ibid.*, hlm. 99.

²² Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Media Ilmu, Kudus, 2010, hlm. 183-184.

²³ *Ibid.*, hlm. 187.

- b. Dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.²⁴
4. 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.²⁵ Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya kurang dari 0,05. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah

 - a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
 - b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁶

I. Analisis Data

1. Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi ganda digunakan untuk menguji hipotesa dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variable *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keberagaman produk terhadap minat beli konsumen Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group.

²⁴ Prof. Dr. H. Imam Ghazali, *Op. Cit.*, 2006, hlm. 147-149.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 125.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 126.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisis data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut²⁷

Rumus	$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$
--------------	---

Dimana:

Y = Minat beli

a = Konstanta

X₁ = *Store atmosphere*

X₂ = Kualitas pelayanan

X₃ = Keberagaman produk

b₁ = Koefisien regresi variabel *store atmosphere*

b₂ = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

b₃ = Koefisien regresi variabel keberagaman produk

e = eror

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji signifikansi parameter parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependen*.²⁸ Uji signifikansi parameter individual dilakukan dengan uji statistik t. Kesimpulan yang diambil dengan melihat ketentuan:

1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan bernilai positif maka H_0 ditolak.

2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan bernilai negatif maka H_0 diterima.

3. 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 dan satu. Nilai R^2 yang kecil

²⁷ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika I (Statistik Deskriptif)*, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hlm. 269.

²⁸ Prof. Dr. H. Imam Ghazali, *Op Cit.*, 2011, hlm. 98.

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.²⁹



²⁹ *Ibid.*, hlm. 97.