BAB III
METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survei, dimana penulis membagikan kuesioner untuk pengumpulan data. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotetsis yang telah ditetapkan akan membentuk hubungan sebab akibat, antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh promosi penjualan dan *store atmosphere* terhadap proses keputusan pembelian.

1.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Umar (2013) Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data, (Sugiyono, 2018). Data diperoleh dari angket yang dibagikan kepada responden, kemudian responden akan menjawab pertanyaan sistematis. Pilihan jawaban juga telah tersedia, responden memilah jawaban yang sesuai dan dianggap benar setiap individu. Data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yakni data yang diolah berupa angka yang didapat dari skala kuisioner yang peneliti sebarkan pada responden yang selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS 25.

1.3 Populasi Dan Sampel

1.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mepunyai kuantintas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan Adiksi Coffee Cabang Gunung Terang, alamat Jalan Purnawirawan Raya, Gunung Terang, Kecamatan Tanjungkarang Barat, Kota Bandar Lampung.

1.3.2 Sampel

Sampel Penelitian merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti. Sampel merupakan bagian dari suatu populasi yang diambil dengan cara tertentu sebagaimana yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2018). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Adiksi Coffee Bandar Lampung Cabang Gunung Terang, dimana jumlah populasinya tidak diketahui. Untuk memudahkan jumlah sampel sejumlah 100 orang. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah Teknik *pusposive sampling* yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan. Sampel yang digunakan peneliti ditentukan dengan kriteria:

1. Responden yang terpilih adalah anggota sampel yang benar-benar sudah pernah melakukan pembelian di Adiksi Coffee Bandar Lampung.
2. Usia responden dimulai dari 16 tahun hingga di atas 36 tahun
3. Responden harus berdomisili di Kota Bandar Lampung

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan persyaratan yang ditentukan oleh Hair et al. (1998). Hair et al. (1998) menyatakan bahwa jumlah sampel yang diambil minimal 5 kali dari jumlah indikator yang dipergunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan x parameter yang berupa item-item pertanyaan dalam kuesioner, sehingga jumlah sampel minimal yang diambil adalah sebesar 15 x 5 = 75.

1.3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian penting untuk mencantumkan sumber data untuk dijadikan subjek penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan alat apa yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunkan data primer. Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian adalah pengisian kuesioner. Kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis

kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017). Pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden. Skala pengukur penelitian ini yang digunakan adalah skala likert. Pengukuran untuk variabel independen dan dependen menggunakan teknik scoring untuk memberikan nilai pada setiap alternatif jawaban sehingga dapat di hitung dalam bentuk checklist.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1.4 Definisi Variabel Operasional

1.4.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 jenis yaitu :

a. Variabel Dependen

   Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi disebut variabel terikat (*dependen variabel*), istilah lain dari variabel terikat disebut variabel yang dijelaskan (*explained variabel*). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian(Y).

b. Variabel Independen

   Variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas (*independent variabel),* istilah lain dari variabel bebas adalah variabel yang menjelaskan (*explanatory variabel*) (Sugiyono, 2018). Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi pejualan (X1) dan *store atmosphere* (X2).

1.4.2 Definisi Operasional

Berdasarkan uraian variabel diatas, maka definisi operasional masing-masing variabel penelitian tersebut adalah:

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Tjuptono (2012) adalah suatu tindakan konsumen untuk membentuk referensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai.	Keputusan Pembelian adalah mencari informasi mengenai produk atau merek dan mengevaluasi secara baik masingmasing alternatif tersebut yang kemudian mengarah keputusan seseorang dimana memilih salah satu dari beberapa pilihan yang ada.	1. Produk 2. Merek 3. Tempat/Toko 4. Jumlah produk 5. Waktu 6. Cara bayar (Swastha & Handoko, 2014)	Interval
Promosi penjualan (X1)	Menurut Kotler dan Keller (2016) pengelompokan jenis promosi penjualan merupakan alat yang menawarkan intensif pada pembeli dan terdiri atas Promosi konsumen. Promosi dagang, Promosi wiraniaga.	Promosi penjualan adalah keinginan menawarkan insentif dalam periode tertentu untuk mendorong keinginan konsumen, para penjual atau perantara. Promosi penjualan terdiri dari serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai saran-saran pemasaran dengan menggunakan biaya yang efisien.	1. Sampel 2. Kupon 3. Paket Harga 4. Hadiah 5. Kontes (Kotler dan Amstrong, 2016)	Interval

Store Atmosphere (X2)	Menurut Hussain dan Ali (2015) cakupan suasana toko, dalam hal ini suasana cafe, meliputi kebersihan, musik, wangi, suhu, pencahayaan, warna, dan tata letak akan dijelaskan lebih lanjut.	Suasana cafe merupakan usaha merancang lingkungan seperti desain bangunan, pencahayaan, tata ruang, bau, warna, bentuk dan suara untuk membentuk pengaruh emosional konsumen agar tertarik untuk memutuskan membeli	1. *Exterior Facilities* 2. *General Interior* 3. *Store Layout* 4. *Interior Display* (Dessyana, 2013)	Interval

1.5 Uji Prasyarat Instrumen

1.5.1 Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *Correlated item-Total Correlation* dengan nilai r table, untuk *degree of freedom* (df)=n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan alpha = 0,5. Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2019).

1.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa variabel yang digunakan untuk mengukur bahwa variabel yang digunakan benarbenar bebas dari kesalahan sehingga menghasilkan hasil yang konsisten meskipun diuji berkali-kali. Hasil uji reliabilitas dengan bantuan SPSS akan menghasilkan *Cronbach Alpha*. Apabila Cronbach Alpha dari suatu variabel lebih besar 0,60 maka

butir pertanyaan dalam instrumen penelitian tersebut adalah reliabel dapat diandalkan (Ghozali, 2019).

1.6 Uji Asumsi Klasik

1.6.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2019) uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah refresentatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan uji *non parametrik one sampel kolmogorof smirnov (KS).* Kriteria pengembalian keputusan. Apabila Sig < 0,05 maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal). Apabila Sig > 0,05 maka Ho diterima (distribusi sampel normal).

1.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk membuktikan atau menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya hubungan linear atau korelasi antar satu variabel independen dengan satu variabel independen lainnya (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolienaritas sebagai berikut:

1. Nilai tolerance > 0,10 dan nilai variance inflanction factor (VIF) < 10 menunjukkan tidak adanya multikolinearitas antar variable independen
2. Nilai tolerance < 0,10 dan nilai variance inflanction factor (VIF) > 10 menunjukkan adanya multikolinearitas antar variable independen).

1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2019) uji heterokedastisitas berfungsi untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Bila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dapat disebut Homoskedastisitas dan bila berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas. Cara yang paling sering digunakan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatterplot antara nilai

prediksi variabel terikat yakni ZPRED dengan residualnya yakni SRESID. Deteksi tersebut dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID di mana sumbu Y yakni Y yang telah diprediksi, sedangkan sumbu X yakni residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di *standardized*. Dasar analisisnya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2019):

b) Bila ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), mengindikasikan terjadinya heteroskedastisitas.
c) Bila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, berarti tidak ada heterokedastisitas.

1.7 Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono, (2019) Model analisis yang dipergunakan pada penelitian ini adalah dengan teknik analisis regresi berganda, teknik ini digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari keseluruhan variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat), yaitu promosi penjualan (X1), *store atmosphere* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun persamaan regresi untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta 1.X1 + \beta 2.X2 + \varepsilon}$$

Keterangan:

Y1	= Keputusan Pembelian
α	= Konstanta
β1-3	= Koefisien Regresi
X1	= Promosi Penjualan
X2	= *Store Atmosphere*
ε	= Eror

1.8 Pengujian Hipotesis

1.8.1 Uji Hipotesis (t)

Menurut Ghozali (2019), uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

a. Taraf signifikansi / Sig. P-value ($\alpha = 0.05$).
b. Jika nilai Sig. P-value < 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
c. Jika nilai Sig. P-value > 0.05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

1.8.2 Uji Simultan (F)

Menurut Ghozali (2019), Uji F digunakan pada penelitian ini untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersamasama (simultan) terhadap variabel dependen. Pengambil keputusan dapat menggunakan dua acara yaitu:

a. Taraf signifikansi / Sig. P-value ($\alpha = 0,05$)
b. Jika Siq P-value< 0,05 maka Ha diterima , Jika Sig P-Value > 0,05 maka Ha ditolak.
c. Jika F hitung > F tabel maka Ha diterima, Jika F hitung < F tabel maka Ha di tolak (F tabel dapat dilihat di tabel).

1.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2019), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen terbatas untuk menjelaskan variabel dependen sedangkan nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.