

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Sugiono (2011, p.4) Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah objektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen yakni *Store Atmosphere*, lokasi dengan variabel dependen yakni keputusan pembelian melalui pengujian hipotesis.

3.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui pengamatan langsung, wawancara dan penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada konsumen Aditya Coffee & Eatery Bandar Lampung yang pernah melakukan pembelian minimal satu kali.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai buku pendukung, jurnal, internet,

dan data dari Aditya Coffee & Eatery Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode lapangan (*field research*) dan studi kepustakaan (*library research*).

1. Studi kepustakaan (*library research*) merupakan metode yang digunakan dalam pencarian data yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan), baik berupa buku, internet, jurnal penelitian terdahulu, maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu serta data lainnya yang berkaitan dengan penelitian.
2. Studi Lapangan (*field research*) merupakan metode pengumpulan data secara langsung ke lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan kuesioner dan wawancara.

- a. Kuesioner

Sugiyono (2001,p.142) mendefinisikan “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden yang pernah melakukan pembelian di Aditya Coffee & Eatery Bandar Lampung minimal satu kali. Penyebaran kuisisioner ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang benar-benar akurat dari para responden.

- b. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang Aditya Coffee & Eatery Bandar Lampung lebih dalam. Wawancara dilakukan bersama narasumber yakni pegawai dan owner Aditya Coffee & Eatery Bandar Lampung.

Tabel 3.1 Skor Pengukuran kuesioner untuk *Store Atmosphere* dan Lokasi terhadap keputusan Pembelian

Point	Keterangan	Kode
1	Sangat tidak setuju	STS
2	Tidak setuju	TS
3	Netral	N
4	Setuju	S
5	Sangat setuju	SS

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2011,p.80) mendefinisikan “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi penelitian ini adalah para konsumen Aditya Coffee & Eatery Bandar Lampung yang pernah melakukan pembelian di Aditya Coffee & Eatery Bandar Lampung minimal satu kali. Dengan jumlah populasi sebesar 10734 orang, diambil dari data pada tabel 1.1.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2011,p.81) mendefinisikan “Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel oleh peneliti adalah pendekatan slovin, dengan batas kesalahan 10%, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir misalnya 10 %

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya sampel yang harus diambil adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{(1 + Ne^2)} \\ &= \frac{10734}{1 + 10734 (0,1)^2} \\ &= \frac{10734}{108} \\ &= 99,38 \text{ di bulatkan menjadi } 100 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden.

Metode pengambilan sampel adalah dengan menggunakan Probability sampling. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Simple Random Sampling* adalah teknik penentuan sampel secara acak. Pada teknik *Simple Random Sampling* ini, peneliti mengambil sel secara acak tidak mengacu pada usia jenis kelamin maupun pekerjaan, dilakukan kepada pengunjung yang pernah melakukan transaksi minimal 1 kali.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono 2012, p.38). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

3.5.1 Variabel independen

Variabel independen: sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, p.39). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Store Atmosphere (X1) dan Lokasi (X2)

3.5.2 Variabel dependen

Variabel dependen: 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 (Sugiyono, p.39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y)

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 Definisi operasional variabel

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	<i>Store Atmosphere</i> (X1)	<i>Store Atmosphere</i> menurut Mowen dan minor (2008: 139) merupakan suasana yang diciptakan oleh pemasar untuk	Kemampuan perusahaan dalam memberikan penampilan toko serta kenyamanan pada konsumen Aditiya	Menurut Barry dan Evans (2004), dalam Resti Meldarianda dan Henky Lisan S. (2010)	Interval

		memberikan suatu nilai kesenangan, kegembiraan dan rasa puas akan suasana yang tercipta pada saat melakukan pembelian.	coffee & Eatery	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interior 2. Eksterior 3. Store Layout 4. Interior Display 	
2	Lokasi (X2)	Lokasi merupakan faktor yang penting dalam mencapai keberhasilan Menurut Lupiyoadi (2013:157) lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Pentingnya lokasi bagi perusahaan jasa bergantung pada jenis dan derajat interkasi yang terlibat.	Penetapan Lokasi Toko mrnjaadi pilihan Konsumen untuk datang dan membeli pada Aditya Coffee & Eatery	<p>Menurut Sopiah dan Syihabudhin dalam Muhammad Nur Sidik (2014, p.21)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lalu lintas kendaraan 2. Fasilitas parkir 3. Transportasi umum 4. Komposisi toko 5. Letak berdirinya toko 	Interval
3	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dalam Indra Wijaya, <i>et al</i> (2013:16) mengemukakan	Kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dalam menentukan sikap	Menurut Kotler dalam Indra Wijaya, <i>et al</i> (2013:17)	Interval

		<p>bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.</p>	<p>memutuskan pembelian suatu produk tertentu di Aditya Coffee & Eatery pengajaran Bandar Lampung.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan tentang jenis produk 2. Keputusan tentang bentuk produk 3. Keputusan tentang merek 4. Keputusan tentang penjualan 5. Keputusan tentang jumlah produk 6. Keputusan tentang waktu pembelian 	
--	--	--	--	---	--

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Rambat Lutfiando dan Ridho Barmulya Ikhsan (2015, p.36) Uji validitas digunakan agar kesimpulan yang diperoleh dari penelitian tidak salah atau tidak memberikan gambaran yang jauh berbeda dengan keadaan sebenarnya. Alat ukur dinyatakan valid apabila data yang dihasilkan menggambarkan ukuran kenyataan yang sebenarnya dan dikatakan reliabel apabila alat ukur digunakan dalam waktu yang berbeda atau responden yang berbeda mampu mengukur sesuatu yang memiliki keterbandingan, baik itu penelitian yang bersifat kualitatif maupun penelitian kualitatif berarti menunjukkan derajat ketepatan antara data yang terdapat di lapangan dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Rumus

korelasi yang digunakan adalah rumus korelasi product moment sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{[\sum x^2 - (\sum x)^2/n][\sum y^2 - (\sum y)^2/n]}$$

keterangan :

- r = Koefisien korelasi item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- n = Jumlah responden

Proses pengujian :

1. Ho : data valid
Ha : data tidak valid
2. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0)
4. Pengujian dan kesimpulan dari butir 1 dan butir 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{table} dan probabilitas (sig) dengan r_{table} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengandung pengertian bahwa suatu indikator cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data. Reliabel artinya dapat dipercaya jadi dapat diandalkan. Untuk mengetahui tingkat reliable kuesioner maka digunakan rumus *Alpha*

Cronbach dengan pola data menggunakan SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0).

Pengujian variabel angket dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0). Hasil uji reliabilitas yang dilihat dari tabel indeks korelasi adalah sebagai berikut :

Table 3.3 interpretasi nilai r

0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis apakah penyebarannya normal atau tidak, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametrik melainkan menggunakan analisis non-parametrik. Namun ada solusi lain jika data tidak berdistribusi normal, yaitu dengan menambah lebih banyak jumlah sampel. Penggunaan uji Kolomogrof-Smirnov atau uji K-S termasuk dalam golongan non-parametrik karena peneliti belum mengetahui apakah data yang digunakan termasuk data parametrik atau bukan. Pada uji K-S data dikatakan normal apabila nilai $\text{Sign} > 0,05$.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.
 H_a : Data berasal dari populasi tidak berdistribusi normal.
2. Apabila nilai $(\text{sig}) < 0.05$ berarti sampel tidak normal.
Apabila nilai $(\text{sig}) > 0.05$ berarti sampel normal.

3. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0)
4. Kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas ($\text{sig} > 0,05$ normal atau sebaliknya yaitu tidak normal).

3.8.2 Uji Linieritas

Uji linieritas yaitu untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi ataupun regresi linier dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05. dengan kata lain, uji linieritas dalam pengujian asumsi regresi dapat terpenuhi, yaitu variabel Y merupakan fungsi linier dari gabungan variabel–variabel X.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : Model regresi berbentuk linier.
 H_a : Model regresi tidak berbentuk linier.
2. Jika probabilitas ($\text{sig} > 0.05$) maka H_0 diterima.
Jika probabilitas ($\text{sig} < 0.05$) maka H_0 ditolak.
3. Pengujian linieritas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0)
4. Kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas ($\text{sig} > 0,05$ berbentuk linier atau sebaliknya yaitu tidak berbentuk linier).

3.8.3 Uji Homogenitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh memiliki varian yang sama atau sebaliknya. Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Membuat hipotesis
 H_0 : Data bervariasi homogen
 H_a : Data bervariasi tidak homogen

2. Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima
Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak
3. Pengujian homogenitas data melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0)
4. Kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka homogen atau sebaliknya yaitu tidak homogen.

3.8.4 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk melihat apakah ada keterkaitan antara hubungan yang sempurna antara variable-variabel independen. Untuk mengetahui hasil dari uji multikolinieritas dapat menggunakan dua cara yaitu:

1. Dengan melihat nilai tolerance
 - a. Apabila nilai tolerancenya sendiri lebih besar dari 0,10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.
 - b. Sedangkan bila nilai tolerancen lebih kecil dari 0,10 maka kesimpulan yang didapat adalah terjadi multikolinieritas.
2. Dengan melihat nilai VIF:
 - a. Jika nilai VIF lebih dari 10 maka kita akan mendapat kesimpulan bahwa data yang kita uji tersebut memiliki multikolinieritas.
 - b. Sedangkan jika nilai VIF dibawah 10 maka kita akan mendapat kesimpulan bawa data yang kita uji tidak memiliki kolinieritas.
 - c. Rumus: $VIF=1/1-R^2$

3.8.5 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.

Hipotesis yang akan diuji adalah :

1. Ho : tidak terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan.
Ha : terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan.
2. a. Jika nilai statistik Durbin-Watson mendekati angka 2, maka Ho diterima.
a. Jika nilai statistik Durbin-Watson tidak mendekati angka 2, maka Ho ditolak.

Pengujian autokorelasi dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)

3.9 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda untuk mengolah data yang diperoleh.

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel terikat (Y) terhadap dua atau lebih variabel (X) dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

X1 : Store atmosphere

X2 : Lokasi

a : Konstanta

et : error tern

b₁, b₂ : Koefisien regresi

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji variabel Store Atmosphere (X₁) dan Lokasi (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).

H₀ = Store Atmosphere (X₁) dan Lokasi (X₂) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Aditya Coffee & Eatery pengajaran Bandar Lampung.

H_a = Store Atmosphere (X₁) dan Lokasi (X₂) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Aditya Coffee & Eatery pengajaran Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dan nilai probabilitas (*sig*) dengan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H₀ ditolak dan H_a diterima

Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H₀ diterima dan H_a ditolak

2. Menentukan nilai titik kritis untuk F Tabel pada db₁ = k-1 dan db₂ = n-k
3. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.

3.10.2 Uji t

Tujuan dari Uji t adalah untuk menguji apakah suatu nilai tertentu (yang diberikan sebagai pembanding) berbeda secara nyata atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel. Berikut adalah variabel yang diuji memakai Uji t :

1. Pengaruh Store Atmosphere (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).

H_0 = Store Atmosphere (X_1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Aditya Coffee & Eatery pengajaran Bandar Lampung.

H_a = Store Atmosphere (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Aditya Coffee & Eatery pengajaran Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

2. Pengaruh Lokasi (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).

H_0 = Lokasi (X_2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Aditya Coffee & Eatery pengajaran Bandar Lampung.

H_a = Lokasi (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Aditya Coffee & Eatery pengajaran Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak