

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

1. Pengertian Metodologi Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono 2016:2). Berdasarkan pengertian dari hal tersebut terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data tujuan dan kegunaan.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, agar dapat memperoleh hasil yang signifikan secara parsial dari variabel yang akan diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode asosiatif yang bersifat kausal atau hubungan yang bersifat sebab akibat, bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Bogor meliputi wilayah Kecamatan Bogor Utara, Kecamatan Bogor Tengah, Kecamatan Bogor Timur, Kecamatan Bogor Selatan, Kecamatan Bogor Barat dan Kecamatan Tanah Sareal. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada Bulan Maret 2022 sampai dengan selesai.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono 2016:80). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Nusada Kopi di Kota Bogor.

2. Sampel

Sampel pada penelitian digunakan untuk melihat gambaran dari suatu populasi. Menurut Sugiyono (2016:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam penelitian ini pemilihan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Teknik sampel ini meliputi *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball* (Sugiyono 2016:84).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan kriteria sudah menjadi konsumen Nusada Kopi dan berdomisili di Kota Bogor. Menurut Sugiyono (2016:85) *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini perhitungan sampel menggunakan rumus *Lameshow*, perhitungan rumus tersebut dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak teridentifikasi.

$$n = \frac{Z_{1 - \alpha/2}^2 P (1-P)}{d^2}$$

Sumber : Riyanto & Hatmawan (2020:13)

Keterangan :

n = Jumlah sampel

$Z_{1 - \alpha/2}^2$ = Skor Z pada kepercayaan

p = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95%, tingkat kesalahan sebesar 5%, maksimal estimasi sebesar 0,05, maka perhitungan dalam penentuan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{Z_{1 - \alpha/2}^2 P (1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{d^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 (0,5)}{0,0025}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

Dari perhitungan tersebut didapatkan sampel yang akan diteliti sebesar 384,16 dibulatkan menjadi 385 responden.

D. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:38) variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, lalu ditarik kesimpulannya.

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel *independen* (X) dan variabel *dependen* (Y).

1. Variabel *Independen* (Bebas)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent* atau disebut juga sebagai variabel bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab

perubahannya terhadap timbulnya variabel *dependen* (terikat).

Variabel *independen* (bebas) pada penelitian ini adalah :

a. *Store Atmosphere*

Berman et al. (2018:464) mengemukakan bahwa suasana toko meliputi berbagai tampilan seperti bagian pada *interior*, *eksterior*, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, panjang barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan keinginan untuk membeli.

b. Promosi

Promosi adalah aktivitas yang mengacu untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk kepada pelanggan sasaran untuk membelinya (Kotler & Armstrong 2018:78).

2. Variabel *Dependen* (Terikat)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, *kriteria*, *konsekuen* atau disebut juga sebagai variabel terikat. Yaitu merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel *dependen* (terikat) pada penelitian ini adalah :

a. Keputusan Pembelian

Menurut (Kotler dan Keller 2016:198) keputusan pembelian merupakan sebuah tahapan dalam pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen dihadapkan oleh beberapa preferensi merek tertentu dan kemungkinan konsumen akan membeli merek yang paling disukai.

E. Operasional Variabel

Untuk memperjelas variabel operasional maka, peneliti akan mendeskripsikannya sebagai berikut :

Tabel 4
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
<i>Store atmosphere</i> (X ₁)	<i>Store atmosphere</i> adalah suasana toko yang meliputi berbagai tampilan seperti bagian pada interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, panjang barang dan sebagainya yang	1) <i>Exterior</i> (Bagian depan toko) 2) <i>General Interior</i> (Bagian dalam toko) 3) <i>Store Layout</i> (Tata letak) 4) <i>Interior Display</i>	Skala Likert

	menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan keinginan untuk membeli. (Berman et al. 2018:464)	(Penataan dalam toko)	
Promosi (X ₂)	Promosi adalah aktivitas yang mengacu untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk kepada pelanggan sasaran untuk membelinya (Kotler & Amstrong 2018:78).	1) <i>Advertising</i> (Periklanan) 2) <i>Personal Selling</i> (Penjualan pribadi) 3) <i>Sales Promotion</i> (Promosi penjualan) 4) <i>Public Relation</i> (Hubungan masyarakat) 5) <i>Direct Marketing</i> (Pemasaran langsung)	Skala Likert

Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan sebuah tahapan dalam pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen dihadapkan oleh beberapa preferensi merek tertentu dan kemungkinan konsumen akan membeli merek yang paling disukai. (Kotler dan Keller 2016:198)	1) Pilihan produk 2) Pilihan merek 3) Pilihan penyalur 4) Waktu pembelian 5) Jumlah pembelian 6) Metode Pembayaran	Skala Likert
-------------------------	---	---	--------------

F. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Biasanya data primer dapat melalui wawancara, observasi, pembagian kuosien dan sebagainya (Hardani et al. 2020:247). Data primer dalam penelitian ini didapat secara langsung dengan menyebarkan kuosien yang diberikan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa metode, yaitu :

- a. Observasi, adalah suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan terhadap obyek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung.
- b. Dokumentasi, adalah pengambilan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk gambar, tulisan dan karya-karya monumental dari seseorang.
- c. Kuosien, adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Kuosien dalam penelitian ini adalah dibuat dalam bentuk online yaitu menggunakan *google form*.

Pada penelitian ini teknik pengukuran data yang digunakan adalah menggunakan skala likert. Skala likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial, dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan dengan cara khusus oleh peneliti (Sugiyono 2016:93).

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian dari indikator

tersebut dapat dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Kategori penilaian pada skala likert secara umum yang digunakan adalah 1-5 dan penilaian skor masing – masing angka ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 5
Skala Likert

Pernyataan	Nilai
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Riduwan & Akdon (2015:16)

G. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Realibitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah sebuah kuosien yang dibuat sudah valid atau tidak valid. Jika pertanyaan dalam kuosien dapat memaparkan apa yang akan di ukur maka kuosien tersebut dapat dikatakan sudah valid. Pengujian menggunakan perangkat komputer SPSS 23, dalam mengukur validitas instrumen menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

$$r_{XY} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X) \cdot (\Sigma Y)}{\sqrt{\{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \cdot \{n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Sumber : Riduwan & Akdon (2015:124)

Keterangan :

R_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah subjek atau responden

ΣX = Skor butir

ΣY = Skor total

ΣX^2 = Jumlah kuadrat nilai X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat nilai Y

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Kuosiener dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Kuosiener tidak dapat dikatakan valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

b. Uji *Reliabilitas*

Reliabilitas adalah suatu index yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat diandalkan. Sebuah kuesioner dapat dikatakan *reliabel* jika jawaban atas pertanyaan tersebut konsisten (Yuandari & Rahman 2017 : 57). Uji *Reliabilitas* yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Crombach Alpha dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{k}{k-1} \left| \frac{S^2_{k - \sum_j^k S_j^2}}{S_x^2} \right|$$

Sumber : Yuandari & Rahman

Keterangan :

k = Banyaknya Butir Soal

S_j^2 = Variasi Skor Soal

S_x^2 = Variasi Skor Total

Nilai konstanta Crombach Alpha adalah 0.60, maka jika instrumen tersebut nilainya > 0.60 dinyatakan *reliabel* (Yuandari & Rahman 2017 :57)

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi *linear* variabel terikat dan varabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Rochaety et al. 2019:177). Metode yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini yaitu analisis statistik menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%.

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi mempunyai korelasi antar variabel bebas. Multikolinearitas artinya situasi dimana terdapat korelasi variabel-variabel bebas antar satu dengan yang lainnya (Rochaety et al. 2019:179).

Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melakukan dua cara yaitu :

1) Melihat nilai *tolerance*

- a) Jika nilai *tolerance* > 0.10 , artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- b) Jika nilai *tolerance* < 0.10 , artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

2) Melihat nilai *variance inflation factor* (VIF)

a) Jika nilai VIF < 10 , artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

b) Jika nilai VIF > 10 , artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain (Rochaety et al. 2019:181).

Cara yang dapat digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas yaitu dengan melakukan uji glejser. Jika variabel bebas signifikan secara *statistic* mempengaruhi variabel terikat maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

Dasar pengambilan terjadinya heteroskedastisitas antara lain :

1. Jika nilai sig $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai sig $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji *Linearitas*

Uji *linearitas* bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat apakah mempunyai hubungan yang linear atau tidak (Widana & Mulyani 2020:47). Pengujian *linearitas* dapat dilakukan dengan menggunakan *scatter-plot*. Menurut Santoso (2014:335) dasar pengambilan keputusan dalam uji *linearitas* grafik *scatter-plot* yakni dengan melihat pola pada grafik.

Bila terdapat pola yang jelas dari plot data dalam menunjukkan arah hubungan positif maupun negatif maka asumsi *linearitas* dinyatakan sudah terpenuhi. Sementara itu, bila plot data tidak membentuk pola yang jelas maka asumsi *linearitas* dinyatakan tidak terpenuhi..

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ artinya terdapat hubungan yang linear antar kedua variabel.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ artinya tidak terdapat hubungan yang linear secara signifikan antar kedua variabel.

3. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan dalam menganalisis data yaitu dengan cara mendeskripsikan atau

menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono 2016:147). Analisis deskriptif statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai rata-rata.

4. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih, bagaimana arah hubungan dan seberapa besar koefisiennya (Rochaety et al. 2019:104). Adapun rumus korelasi ganda sebagai berikut :

$$R_{X_1.X_2.Y} = \frac{\sqrt{r_{X_1.r}^2 + r_{X_2.r}^2 - 2(r_{X_1.r}) \cdot (r_{X_2.r}) \cdot (r_{X_1.X_2})}}{1 - r_{X_1.X_2}^2}$$

Sumber : Riduwan & Akdon (2015:128)

Keterangan :

$R_{x_1x_2y}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{x_1y} = Korelasi *Product Moment* antara X_1 dengan Y

r_{x_2y} = Korelasi *Product Moment* antara X_1 dengan X_2

$r_{x_1x_2}$ = Korelasi *Product Moment* X_1 dengan X_2

Untuk menguji apakah terdapat hubungan yang erat antara *store atmosphere* dan promosi dengan keputusan pembelian konsumen Nusada Kopi di Kota Bogor, penulis menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 6
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,000	Sangat Kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,40 - 0,599	Cukup Kuat
0,20 - 0,399	Rendah
0,00 – 1,199	Sangat Rendah

Sumber : Riduwan & Akdon (2015:24)

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda bertujuan untuk menguji pengaruh antara dua atau lebih variabel *independen* terhadap satu variabel *dependen*. Model ini dimaksudkan untuk mengasumsi adanya hubungan satu garis lurus atau linear antara variabel *dependen* dengan masing-masing prediktornya.

Analisis regresi *linear* berganda pada penelitian ini adalah hubungan *linear* antara *store atmosphere* dan promosi (X_1 dan X_2) dan variabel *dependen* keputusan pembelian (Y). Untuk mengetahui arah

hubungan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*, apakah masing-masing dari variabel *independen* berpengaruh positif dan apakah nilai dari variabel *independen* akan naik atau turun. Analisis regresi berganda dapat dilakukan apabila jumlah variabel *independen* minimal dua.

Analisis data ini menggunakan program SPSS 23 dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi *store atmosphere*

β_2 = Koefisien regresi promosi

X_1 = *Store atmosphere*

X_2 = Promosi

e = Error sampling

6. Uji Hipotesis

a. Hipotesis Statistik Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk melihat apakah variabel bebas (*independen*) yaitu *store atmosphere* (X_1), promosi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y) secara simultan. Dalam suatu penelitian dapat dilakukan uji hipotesa dengan langkah dan asumsi sebagai berikut :

- 1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X dengan Y)

Tidak ada pengaruh *store atmosphere* dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian.

- 2) $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ (ada pengaruh antara X dengan Y)

Ada pengaruh *store atmosphere* dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Hipotesis Statistik Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (*independen*) yaitu *store atmosphere* (X_1) dan promosi (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) secara parsial.

1) $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak memiliki pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian

$H_a : \beta_1 \neq 0$: Memiliki pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian

2) $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak memiliki pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian

$H_a : \beta_2 \neq 0$: Memiliki pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai sig $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah ukuran yang dapat digunakan bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan yaitu antara variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Dalam menentukan R^2 dapat melihat dari hasil *output* SPSS, jika nilai R^2 semakin besar maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang besar dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) begitu juga sebaliknya.

Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\mathbf{KP = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

KP : Nilai Koefisien Determinan

r : Nilai Koefisien Korelasi