

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu. Sampel diambil dari kuesioner yang dibagikan kepada responden sebagai metode utama pengumpulan data (Sugiyono, 2018: 52). Ketika responden bersedia untuk menjawab atau melengkapi kuesioner, responden berhak mendapatkan sejumlah hadiah berupa uang tunai.

3.1.1 Subjek, dan Objek Penelitian

1. Subyek penelitian ini pelanggan yang menyambangi serta membeli minuman kopi di Cafe Setara.
2. Objek yang diteliti promosi, desain interior, dan kualitas layanan di Cafe Setara.

3.1.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di Café Setara dengan alamat Jalan Letjen R. Suprpto Nomor 9, Bukit Tempayan, Kecamatan Batu Aji, Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau dengan kode pos 29425.

3.1.3 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Januari	Feb	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust
----------	---------	-----	-------	-------	-----	------	------	-------

	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021
Rancangan penelitian								
Studi Pustaka								
Menyusun rancangan Penelitian								
Menyusun rancangan Kuesioner								
Rancangan guna Kuesioner								
Proposal Penelitian								
Menyelesaikan Proposal Skripsi								

Sumber: Peneliti, 2021

3.2. Operasional Variabel

Sugiyono (2013:38) mendefinisikan variabel dari penelitian sebagai apa saja yang peneliti ingin pelajari dan kemudian menarik kesimpulan.

3.2.1. Variabel Independen

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2013:39). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah periklanan, desain lokasi, dan kualitas layanan.

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas Sugiyono (2013:39). Titik acuan untuk analisis ini adalah keputusan pembelian (Y).

Berikut deskripsi lengkapnya:

Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indeks/Dimensi	Skala
Promosi (X1)	Promosi ialah aktivitas pemasaran mempromosikan barang agar pelanggan tertarik dalam melaksanakan aktivitas pembelian.	Indeks Promosi: 1. Keseringan promosi 2. Kualitas promosi 3. Waktu promosi 4. Kesesuaian target promosi	Likert
Desain Tempat (X2)	Desain interior gabungan ciri fisik toko berupa arsitektur, tata ruang, pencahayaan, suhu udara, dan lainnya yang mana seluruhnya bekerja secara serentak dalam melahirkan citra perusahaan didalam hati konsumen.	Indeks Desain interior: 1. Exterior 2. General interior 3. Store layout 4. Interior Displays	Likert
Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan ialah penilaian sebagai apa tingkat layanan yang disuguhkan bisa berdasarkan keinginan pelanggan.	Indeks Kualitas Pelayanan: 1. Reliability 2. Responsiveness 3. Emphaty 4. Assurance 5. Tangibles	Likert

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiyono (2018) mendefinisikan populasi sebagai dunia nyata yang terdiri dari subjek dan subjek dengan nilai dan karakteristik tertentu yang peneliti ingin pelajari dan tarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, pelanggan berpartisipasi dalam Cafe Setara selama satu bulan.

3.3.2. Sampel

Penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penetapan sampel dengan pertimbangan yang khusus (Sugiyono, 2013:156). Sampel pada penelitian

merupakan konsumen yang datang ke Cafe Setara. Kriteria penentuan sampel, yaitu:

1. Konsumen yang sedang berkunjung ke Setara Coffee.
2. Faktor kualitas pelayanan, Desain interior, dan promosi.
3. Berdomisili di Kota Batam.

3.4. Teknik Pengambilan Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, yang dapat melalui kuesioner, wawancara, observasi, atau ketiganya. Ada dua jenis metode pengumpulan data yaitu data primer yaitu data yang berasal langsung dari sumber primer di daerah penelitian, dan data sekunder yaitu data. Informasi diperoleh dan disusun dari berbagai sumber yang ada (Sugiyono, 2013:156). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer (kuesioner)

Sugiyono (2013:157) mendefinisikan kuesioner sebagai metode pengumpulan data di mana daftar pernyataan atau pertanyaan dibagikan kepada responden untuk ditanggapi.

2. Data sekunder (penelitian kepustakaan)

Tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori bisnis inti.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, jawaban responden dikumpulkan dengan kuesioner. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang berkunjung ke Café Setara. Skala penelitian ini didasarkan pada skala Likert, yang bertujuan untuk mengukur

perilaku dan pendapat individu atau kelompok dari perspektif fenomena sosial (Sugiyono, 2013:157). Skala survei adalah sebagai berikut: 1 = Sangat Setuju (STS), 2 = Sangat Setuju (TS), 3 = Sangat Tidak Setuju (N), 4 = Sangat Setuju (S) dan 5 = Sangat Setuju Saya setuju (SS).

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis ini dilakukan dalam rangka menganalisis data dengan menginterpretasikan data yang terkumpul (Sugiyono, 2018: 232). Pengkajian data dilakukan dengan klasifikasi data kemudian menyesuaikan variabel seperti responden setelah itu stabilisasi data. Analisis data dapat menjadi informasi yang berguna bagi orang lain. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 untuk analisis.

3.5.2 Uji Kualitas Instrumen

3.5.2.1 Uji Validitas

Tes ini digunakan untuk mengecek validitas soal yang digunakan. Suatu pasal diakui valid jika mampu melakukan pengukuran berdasarkan fakta (Ghozali, 2015: 52). Tes ini dapat dilakukan dengan korelasi waktu reaksi pribadi, yang harus membandingkan skor untuk setiap item dengan skor total yang diperoleh dari set skor item instrumen. Kriteria keputusan adalah apakah nilai korelasi Pearson $> 0,3$, menunjukkan kesetaraan subjek ($r\text{-skor} > r\text{-tabel}$) atau sebaliknya.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk melihat hasil pengukuran relatif stabil jika pengukurannya digunakan berulang-ulang atas subjek serta dalam keadaan yang persis (Ghozali, 2015:47). Kriteria pengujiannya ialah jika *crombach's Alpha* $> 0,6$ artinya data reliable, atau sebaliknya.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Tes ini memverifikasi bahwa hasil pengukuran relatif stabil ketika pengukuran berulang kali diterapkan pada pasien dan dalam konteks yang sesuai (Ghozali, 2015: 47). Kriteria pengujiannya adalah apakah Crombach's alpha $> 0,6$ menunjukkan reliabilitas data atau sebaliknya.

3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik adalah model dimana tidak ada korelasi antara variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat diidentifikasi dengan menggunakan variance inflation factor (VIF) dan tolerance. Kriteria penentuan yang digunakan adalah apakah nilai VIF < 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas, atau sebaliknya. Dan sedangkan nilai tolerance $> 0,10$ berarti tidak terjadi multikolinieritas atau sebaliknya (Ghozali, 2015:105).

3.5.3.3 Heteroskedastisitas

Tes ini digunakan untuk menentukan apakah varians residual serupa di seluruh pengamatan. Bila varians residual dari pengamatan ke pengamatan masih disebut homoskedastisitas, tetapi bila tidak sama disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas. Model regresi terlihat dari diagram pencar yang dihasilkan (Santoso, 2014:187). Kriteria keputusannya adalah jika tidak ada pola tertentu dari diagram distribusi (Ghozali, 2015:139).

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Berganda

Pengujian ini dipakai untuk melihat pengaruh variabel independen (X_1) pada variabel dependen (Y) (Rangkuti, 2014). Persamaan dari analisis ini, yaitu:

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

Dimana:

Y = Keputusan konsumen membeli produk

a = konstan

b_1, b_2, b_3, b_4 = koefisien

regresi

X_1 = Promosi

X_2 = Desain interior

X_3 =

Layanan

e = Variabel *error*

3.5.4.2 Koefisien Determinasi Adjusted R^2

Uji ini menunjukkan bagaimana model menggambarkan variabel independen. Nilai R^2 antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang rendah berarti variabel independen tidak mampu menjelaskan perubahan variabel dependen (Ghozali, 2015).

Nilai R^2 berkisar dari 0 sampai 1. Nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas layanan, desain jaringan, dan periklanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan konsumen membeli produk. Nilai R^2 sama dengan 1 artinya 100 persen variasi variabel ikat dijelaskan variabel bebas. Jika R^2 sama dengan 0 artinya tidak ada suatu perubahan pada variabel ikat seperti yang dijelaskan oleh variabel bebas.

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji T (Parsial)

Ghozal (2015:98) mengatakan bahwa tes ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan tabel T-score atau dengan melihat setiap kolom nilai T-score. Mungkin itu nomor kelas. H_a diterima (H_0 ditolak) jika t hitung $>$ t tabel.

3.5.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Tentukan tabel F dan hitung F pada tingkat kepercayaan 95persen atau 5 persen untuk tingkat signifikansi. Hipotesis penelitian ini, yaitu:

- $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, artinya variabel X atau bebas (promosi, desain interior, dan layanan) tidak memiliki pengaruh positif secara bersamaan pada variabel terikatnya (keputusan pembelian).
- $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \neq 0$, variabel X atau bebas (promosi, desain interior, dan layanan) mempunyai pengaruh positif secara bersamaan pada variabel terikatnya (keputusan pembelian). Kriteria penentuannya, jika F hitung $>$ F tabel ini berarti H_1 diterima, atau sebaliknya.