

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Menurut Sugiyono (2012: 13), metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Desain metode kuantitatif bersifat spesifik, jelas, rinci, ditentukan secara mantap sejak awal dan menjadi pegangan langkah demi langkah.

Peneliti melakukan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui apakah suasana toko dan lokasi mempengaruhi minat beli konsumen. Desain penelitian dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dimana data diperoleh dengan menggunakan penyebaran kuesioner kepada seluruh masyarakat.

#### **3.2 Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu dua variabel bebas (*independent variable*) dan satu variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, dalam penelitian ini variabel bebas terdiri dari suasana toko dan lokasi. Variabel terikat adalah variabel yang di

pengaruhi oleh variabel bebas, dalam penelitian ini variabel terikat adalah minat beli konsumen.

Tabel 3. 1 Variabel dan Operasional Variabel

| No | Variabel            | Definisi Operasional                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Indikator                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Suasana Toko        | Suasana toko mengacu pada desain seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma untuk menstimulikan persepsi dan emosi konsumen dan akhirnya dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. (Rizki & Wardhana, 2016)                                                                                                                                         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Exterior</i></li> <li>2. <i>General Interior</i></li> <li>3. <i>Store Layout</i></li> <li>4. <i>Interior Display</i></li> </ol>                                                                                |
| 2  | Lokasi              | lokasi merupakan suatu masalah yang sangat penting karena pemilihan lokasi yang strategis dapat menimbulkan minat beli konsumen dan keberhasilan dalam menentukan lokasi akan memberikan kontra prestasi terhadap perusahaan. (Fahrian et al., 2015)                                                                                                                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan lahan parkir.</li> <li>2. Memiliki tempat yang cukup luas.</li> <li>3. Tersedia transportasi publik.</li> <li>4. Lokasi yang strategis.</li> </ol>                                                   |
| 3  | Minat Beli Konsumen | Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka di antara beberapa produk yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang saling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh berbagai macam pertimbangan. (Adiba, 2016) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketertarikan terhadap produk-produk yang ditawarkan.</li> <li>2. Ketersediaan produk dan kemudahan dalam membeli.</li> <li>3. Situasi pembelian yang menyenangkan.</li> <li>4. Terpenuhinya kebutuhan.</li> </ol> |

Peneliti menggunakan skala *Likert*, untuk mengukur indikator-indikator dari variabel-variabel yang ada. Maka dari indikator-indikator yang telah ditentukan akan menjadi pedoman dalam menyusun *item-item* instrumen yang menggunakan skala *Likert* yang bergradasi sangat positif menjadi sangat negatif , untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

|                        |       |      |   |
|------------------------|-------|------|---|
| 1. Sangat setuju       | (SS)  | Skor | 5 |
| 2. Setuju              | (ST)  | Skor | 4 |
| 3. Cukup               | (C)   | Skor | 3 |
| 4. Tidak setuju        | (TS)  | Skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju | (STS) | Skor | 1 |

### 3.3 Populasi dan Sampel

Dalam Sugiyono (2013: 80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam Sugiyono (2013: 81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam Sanusi (2011: 88), teknik pengambilan sampel (*sampling*) adalah cara peneliti mengambil sampel atau contoh representative dari populasi yang tersedia.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di supermarket Top 100 Niaga Mas. Oleh karena jumlah populasi tidak diketahui, maka

untuk menentukan jumlah sampel di gunakan rumus *Unknown Population* sebagai berikut:

$$n = \left( \frac{Za/2\sigma}{e} \right)^2$$

Rumus 3. 1 *Unknown Population*

**Sumber:** Latief, 2018

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$Za$  = ukuran tingkat kepercayaan dengan

$a = 0,05$ , maka  $Z = 1,96$

$\sigma$  = standar deviasi = 0,25

$e$  = *standart error* atau kesalahan yang dapat ditoleransir (5%)

Perhitungannya:  $n = \left( \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04 \approx 100$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu siapa saja anggota populasi yang secara kebetulan dijumpai pada saat dilakukan penelitian dan memenuhi kriteria tertentu yaitu pelanggan Top 100 Niaga Mas sebanyak 100 orang, maka anggota populasi tersebut ditarik sebagai sampel.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data dari penelitian ini adalah sumber data primer karena data yang diperoleh melalui pengukuran langsung oleh peneliti yang bukan berasal dari data yang telah ada. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen kuisioner yaitu peneliti menyiapkan serangkaian pertanyaan untuk responden.

### **3.5 Metode Analisis Data**

Dalam Sugiyono (2013: 147), analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Analisis data dilakukan setelah peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden dan mengumpulkan kembali kuesioner-kuesioner yang telah diisi oleh para responden. Kemudian peneliti memasukan hasil dari jawaban yang diberikan oleh responden dengan cara mentabulasikannya. Setelah itu, peneliti mulai melakukan pengujian terhadap data responden yang telah di tabulasikan. Bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini.

#### **3.5.1 Uji Kualitas Data**

##### **3.5.1.1 Uji Validitas**

Menurut Priyatno ( 2017: 63) uji validitas kuesioner digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang diukur pada kuesioner tersebut. Item dapat dikatakan valid jika adanya kolerasi yang signifikan dengan skor totalnya. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditunjukan kepada responden untuk mengungkap sesuatu.

Dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya pernyataan dinyatakan sebagai berikut :

- a. Item-item pernyataan atau pertanyaan dinyatakan valid atau layak bila memenuhi batas syarat yaitu  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ .
- b. Bila hasil menunjukkan  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$  maka item-item pernyataan atau pertanyaan dinyatakan tidak valid.

### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Dalam Wibowo (2012), reliabilitas adalah uji yang berfungsi untuk mengukur sejauh mana kereliabel atau kepercayaan sebuah penelitian.

Pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* yang akan mengukur reliabilitas konsistensi internal. Dalam Wibowo (2012), jika nilai interval reliabilitas kurang dari 0,40 dinyatakan rendah. Nilai interval reliabilitas 0,40-0,599 dapat dikatakan sedang. Dan jika nilai interval reliabilitas berada diatas 0,60 akan dinyatakan kuat. Untuk dapat memberikan interpretasi terhadap kuatnya hubungan koefisien korelasi, maka dapat dilihat dalam pedoman seperti dibawah ini:

Tabel 3. 2 Indeks Koefisien Reliabilitas

| Nilai Interval | Kriteria      |
|----------------|---------------|
| < 0,20         | Sangat rendah |
| 0,20 – 0,399   | Rendah        |
| 0,40 – 0,599   | Sedang        |
| 0,60 – 0,799   | Kuat          |
| 0,80 – 1,000   | Sangat kuat   |

**Sumber:** Wibowo (2012: 53)

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.2.1 Uji Normalitas

Dalam Wibowo (2012), uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal.

Dalam uji normalitas dapat dilihat dengan beberapa cara yaitu:

- a. Dengan menggunakan diagram histogram, data distribusi dinyatakan normal jika kurva membentuk atau menyerupai lonceng.
- b. Dengan menggunakan *P-P plot regression*, data distribusi dinyatakan normal jika titik-titik pada gambar tersebut mengikuti atau berada di dekat garis.
- c. Dengan menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov*, data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai *Kolmogorov-smirnov*  $> 0,050$ .

#### 3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Dalam Wibowo (2012), multikolinearitas dapat diketahui melalui uji *Variance Inflation Factor* (VIF) yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolinearitas. Dalam penelitian, nilai  $VIF < 10$  dinyatakan tidak terdapat hubungan antar variabel bebas, maka disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas.

### 3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam Wibowo (2012), sebuah penelitian dinyatakan memiliki masalah heteroskedastisitas berarti terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Untuk melakukan uji tersebut dapat menggunakan metode grafik *park gleyser*. Untuk melakukan uji *park gleyser* dapat dilakukan dengan cara mengorelasikan nilai *aboslute residual*-nya dengan masing-masing variabel independen. Jika hasilnya menunjukkan titik-titik bersebar secara acak dan tidak membentuk pola, maka model tidak mengalami heteroskedastisitas.

### 3.5.3 Uji Pengaruh

#### 3.5.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam Wibowo (2012), model regresi linear berganda dapat menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Di dalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen, serta dapat mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya jika suatu kondisi terjadi.

Regresi linear berganda dinotasikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Rumus 3. 2 Regresi Linear Berganda

Sumber: Wibowo, 2012

Dimana:

Y = Variabel dependen (variabel respons)

$\alpha$  = Nilai konstanta

$b$  = Nilai koefisien regresi

$X_1$  = Variabel independen pertama

$X_2$  = Variabel independen kedua

$X_3$  = Variabel independen ketiga

$X_n$  = variabel independen ke – n

### 3.5.3.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Dalam Wibowo (2012), analisis ini digunakan mengetahui besar pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependennya.

Koefisien determinasi dengan menggunakan dua buah variabel independen, maka rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - (ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Rumus 3. 3 Koefisien Determinasi

**Sumber:** Wibowo, 2012

Dimana:

$R^2$  = Koefisien determinasi

$ryx_1$  = Korelasi variabel  $x_1$  dengan  $y$

$ryx_2$  = Korelasi variabel  $x_2$  dengan  $y$

$rx_1x_2$  = Korelasi variabel  $x_1$  dengan variabel  $x_2$

### 3.5.4 Uji Hipotesis

#### 3.5.4.1 Uji t (t-Test)

Dalam Wibowo (2012), uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan rata-rata dua kelompok sampel yang tidak berhubungan. Dalam Sanusi (2011), menjelaskan langkah-langkah uji t adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.
- b. Menghitung nilai t dengan menggunakan rumus  $t = \frac{b_1}{S_{b1}}$
- c. Membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel yang tersedia pada taraf nyata tertentu, misalnya 1%; df; ( $\alpha/2$ ;  $n - (k+1)$ ).
- d. Mengambil keputusan dengan kriteria berikut:
  - I. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.
  - II. Jika  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

#### 3.5.4.2 Analisis Variansi (Uji F)

Dalam Wibowo (2012), uji F merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan rata-rata yang terdapat pada lebih dari dua kelompok sampel yang tidak saling berhubungan. Dalam Sanusi (2011), menjelaskan langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.
- b. Menghitung nilai F
- c. Membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel yang tersedia pada  $\alpha$  tertentu, misalnya 1%; df = k;  $n - (k + 1)$ .
- d. Mengambil keputusan dengan kriteria berikut:

- I. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.
- II. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

### 3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

### 3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di supermarket Top 100 Niaga Mas, tepat pada alamat Komplek Ruko Pasar Niaga Mas No, 8-15, Batam Center.

### 3.6.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian

[illegible]