

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang di gunakan adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2019), 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.

#### B. Sifat Penelitian

Sifat pada penelitian ini adalah replikasi. Dimana menurut Sugiyono (2019), Penelitian replikasi adalah penelitian yang menjawab masalah penelitian yang sama, yang bertujuan menggugurkan teori yang digunakan di penelitian – penelitian sebelumnya dengan rancangan yang lebih valid, penelitian replikasi tidak dapat dihindari dan wajib dilakukan. Sedangkan penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Sapuri & Amron (2022), yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi Dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Apotek Gondang Watumalang Wonosobo)” dan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penentuan jumlah sample, objek, subjek, waktu dan hasil penelitian.

## C. Lokasi Dan Periode Penelitian

### 1. Lokasi

Penelitian ini di lakukan pada TOKO EIGER TEBING TINGGI, Jl. Let. Jend. Suprpto No.13, Ps. Gambir, Kec. Tebing Tinggi Kota, Kota Tebing Tinggi.

### 2. Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Februari 2023 Sampai dengan bulan Juli 2023.

## D. Populasi Dan Sample

### 1. Populasi

Menurut sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah data transaksi dari Toko Eiger Tebing Tinggi yang diperoleh rata-rata transaksi konsumen sebanyak 254/perbulan.

### 2. Teknik Penentuan Besar Sample

Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Dalam menentukan jumlah sampel digunakan rumus slovin, yaitu :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Dimana :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : margin error yang ditoleransi.

Sehingga jumlah sampel menjadi :

$$N = 254$$

$$e = 10\%$$

$$n = 254 / (1 + (254 \times 10\%^2))$$

$$n = 254 / (1 + (254 \times 0,01))$$

$$n = 254 / (1 + 2,54)$$

$$n = 254 / 3,45$$

$$n = 71,75$$

Jika dibulatkan, maka jumlah sampel minimal dari 254 populasi dengan margin error 10% adalah 71,75 dan dibulatkan menjadi 72 orang.

### 3. Teknik *Sampling*

Proses pemilihan sampling bertujuan untuk mendapatkan kesimpulan dari proses penelitian dalam menentukan populasi. Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena populasi pembeli dari Toko Eiger Tebing Tinggi tidak di ketahui, maka peneliti melakukan teknik pengambilan sampling dengan teknik *Accidental Samplings*. Menurut Sugiyono (2019), bahwa *Accidental samplings* adalah teknik penentuan pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Yaitu konsumen secara kebetulan/insidental

bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

## **E. Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu:

### **1. Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner dan diberikan kepada konsumen Toko Eiger Tebing Tinggi.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan, penelitian terdahulu, literatur, dan data-data yang didapat melalui internet yang berkaitan erat dengan masalah yang sedang diteliti.

## **F. Metode Pengumpulan Data**

### **1. Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemui jawaban dari permasalahan yang ingin diteliti. Sugiyono (2019), menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang



harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

## 2. Kuesioner (angket)

Menurut Sugiyono (2019), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab, kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang di harapkan dari responden dan selain itu kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah luas.

Skala pengukuran kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Penggunaan skala likert bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu maupun kelompok mengenai fenomena social Sugiyono (2019), Dalam skala likert terdapat lima tingkat pilihan jawaban serta besaran skornya yang dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Standard Pemberian Skor Skala Likert**

No	Alternatif Pilihan	Bobot
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
8	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber : Sugiyono, 2019**

### G. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2019), adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data.

**Table 3.2**  
**Defenisi Operasional Variabel**

NO	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
1	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses lima tahap yang dilewati konsumen, dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative yang dapat memecahkan masalahnya, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian yang sesungguhnya dilakukan oleh konsumen dan memiliki dampak yang lama setelah itu. Kotler & Armstrong (2018),	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemilihan produk</li> <li>2. Pemilihan merek</li> <li>3. Pemilihan tempat</li> <li>4. Waktu Pembelian</li> <li>5. Jumlah pembelian</li> <li>6. Metode pembayaran</li> </ol> Kotler & Armstrong (2018),	Skala Likert
2	<i>Store Atmosphere</i> (X <sub>1</sub> )	<i>Store atmosphere</i> adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang". Berman (2014),	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Exterior</i> (Bagian luar toko)</li> <li>2. <i>General Interior</i> (Bagian dalam toko)</li> <li>3. <i>Store Layout</i> (Tata letak toko)</li> <li>4. <i>Interior display</i> (Papan pengumuman)</li> </ol> Berman (2014),	Skala Likert

3	Keragaman produk ( $X_2$ )	Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada para konsumen. Salah satu unsur kunci dalam persingan bisnis adalah keragaman produk yang disediakan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Alma (2016),	1. Kelengkapan produk 2. Merek produk 3. Variasi ukuran produk 4. Variasi kualitas produk Kotler & Amstrong (2018),	Skala Likert
4	Lokasi toko ( $X_3$ )	Lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Alma (2016),	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Persaingan Tjiptono (2019),	Skala Likert

Sumber : Data diolah , 2023

## H. Motode Analisi Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016), uji validitas adalah uji yang digunakan untuk memastikan kemampuan sebuah skala untuk mengukur konsep yang dimaksudkan. Dengan kata lain, uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrumen tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.



## b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach-Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan kriterianya sebagai berikut:

- 1) Apabila *Cronbach-Alpha*  $>$  0,60, maka dapat dikatakan item pertanyaan tersebut reliabel.
- 2) Apabila *Cronbach-Alpha*  $<$  0,60, maka dapat dikatakan item pertanyaan tersebut tidak reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak Menurut Ghozali (2016),. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan sebagai prasyarat untuk melakukan analisis data. Uji normalitas dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan. Uji normalitas data



bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Rumus *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

$$KD : 1,36 \frac{\sqrt{n^1 + n^2}}{n^1 n^2}$$

Keterangan :

KD = jumlah *Kolmogorov Smirnov* yang dicari

$n^1$  = jumlah sampel yang diperoleh

$n^2$  = jumlah sampel yang diharapkan

Data dikatakan normal, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ( $P > 0,05$ ). Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ( $P < 0,05$ ), maka data dikatakan tidak normal

#### b. Uji Multikolinieritas

Ghozali (2016), menyatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel. Bila ada korelasi yang tinggi diantara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Dengan tingkat signifikansi 90%, adanya multikolinearitas antar variabel independen dapat dideteksi

dengan menggunakan matriks korelasi dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai matriks korelasi antar dua variabel independen lebih besar dari ( $>$ ) 0,90 maka terdapat multikolinearitas.
- 2) Jika nilai matriks korelasi antar dua variabel independen lebih kecil ( $<$ ) 0,90 maka tidak terdapat multikolinearitas.

### c. Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Arch*. Uji *Arch* adalah meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai  $p\text{-value} \geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima, yang artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai  $p\text{-value} \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya terdapat masalah heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2019), Analisis regresi linier berganda adalah meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor

prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Contoh Analisis regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y= Keputusan pembelian

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Koefisien regresi *store atmosphere*

X<sub>2</sub> = Koefisien regresi keragaman produk

X<sub>3</sub> = Koefisien regresi lokasi toko

e = Error

#### 4. Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut Ghozali (2016), koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 (0%) < R<sup>2</sup> < 1 (100%). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu (100%) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

### I. Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji Parsial (t)



Menurut Ghozali (2016), uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Rumus:

- a) Tolak hipotesis jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  atau nilai Sig.  $> 0,05$
- b) Terima hipotesis jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$  atau Sig.  $< 0,05$

## 2. Uji Simultan (F)

Menurut Ghozali (2016), uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Hipotesis diterima jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau Sig.  $< 0,05$ .
- b) Hipotesis ditolak jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau Sig.  $> 0,05$ .

