

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Pada penelitian laporan ini penulis menggunakan metode survey yaitu dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat dalam pengumpulan data yang penting dalam penelitian. Pada rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini ialah bersifat *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2013:11) penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Sedangkan penelitian *verifikatif* menurut Sugiyono (2013:11) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni suatu hipotesis, yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau di tolak.

Metode *deskriptif* yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana tanggapan konsumen terhadap keragaman produk yang ditawarkan public space coffee corner, bagaimana tanggapan konsumen terhadap suasana toko public space coffee corner dan bagaimana tanggapan keputusan pembelian konsumen terhadap public space coffee corner. Sedangkan metode *verifikatif* untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah yang keempat yaitu seberapa besar pengaruh keragaman produk dan

suasana toko pada Public Space Coffee Corner terhadap keputusan pembelian konsumen secara simultan dan parsial.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti perlu menjelaskan definisi variabel penelitian dan juga memaparkan operasionalisasi variabel penelitian. Karena hal tersebut merupakan suatu aspek yang memberikan informasi mengenai variabel yang tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah di definisikan konsepnya. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi keragaman produk (X_1), suasana toko (X_2) variabel (Y) keputusan pembelian. Variabel-variabel tersebut kemudian di bentuk dalam operasionalisasi variabel berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal yang memiliki nilai yang bermacam-macam. Variabel merupakan aspek yang penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel peneliti dapat melakukan pengolahan data yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian (Sugiyono, 2013:58). Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya oleh Sugiyono (2013:58) variabel bebas (*independent variable*) yaitu variabel yang

mempengaruhi atau menjadi sifat atau timbulnya variabel terikat (*dependent variable*). Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat. Adapun operasionalisasi variabel yang diamati oleh peneliti yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah keragaman produk (X_1) dan suasana toko (X_2). Menurut Kotler dan Keller (2013:358) keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen. Dan suasana toko menurut Mowen & Minor (2012: 139) adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi yang semuanya bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembeliannya.

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya tergantung dari variabel lain, di mana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Olson (2013:162) mendefinisikan keputusan pembelian adalah suatu keputusan (*decision*) yang melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan

diantara beberapa perilaku yang berbeda. Menurut Basu Swastha dan Irawan (2013:88) keputusan pembelian dapat diukur dengan indikator sebagai berikut: keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualnya, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang waktu pembelian, keputusan tentang cara pembayaran.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam setiap penelitian harus dijelaskan mengenai operasionalisasi variabel. Pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian. Setelah itu melanjutkan analisis ini untuk mencari hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya. Operasionalisasi variabel ini adalah petunjuk agar peneliti dapat mengetahui bagaimana caranya mengukur suatu variabel tersebut. Dan juga untuk memudahkan peneliti dalam mengetahui dan menganalisa variabel tersebut maka setiap konsep yang ada harus di buat dengan menjelaskan dimensi variabel, indikator variabel, ukuran variabel dan skala variabel tersebut.

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, yaitu keragaman produk (X_1) dan suasana toko (X_2) sebagai variabel bebas (*independent variable*) dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat (*dependent variable*). Dimana terdapat penjelasan dimensi, penjelasan indikator, ukuran dan skala yang akan diukur dengan skala ordinal. Penjelasan mengenai dimensi dan indikator dilakukan peneliti untuk mengetahui dan menganalisa hal-hal yang terkait di dalam suatu variabel terhadap variabel lain. Penjelasnya sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item Pernyataan
Keragaman Produk (X₁) Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen Kotler dan Keller (2013:358)	Lebar	Keragaman kategori produk yang ditawarkan	Tingkat keragaman kategori produk yang ditawarkan	Ordinal	1,2
	Kedalaman	Keragaman item pilihan dalam masing-masing kategori produk yang ditawarkan	Tingkat keragaman item pilihan dalam masing-masing kategori produk yang ditawarkan	Ordinal	3
	Keluasan	Variasi jenis yang ditawarkan dalam masing-masing produk di setiap kategori	Tingkat variasi jenis yang ditawarkan masing-masing produk di setiap kategori	Ordinal	4,5
Suasana toko (X₂) Suasana toko merupakan desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi yang semuanya bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembeliannya. Menurut Mowen & Minor (2012: 139)	Eksterior	Daya tarik bagian depan (<i>storefront</i>) <i>cafe/coffee shop</i>	Tingkat daya tarik bagian depan (<i>storefront</i>) <i>cafe/coffee shop</i>	Ordinal	6,7
		Daya tarik papan nama dan logo (<i>marque</i>) <i>cafe/coffee shop</i>	Tingkat daya tarik papan nama dan logo (<i>marque</i>) <i>cafe/coffee shop</i>	Ordinal	8
		Kebersihan lingkungan sekitar (<i>surrounding store</i>) public space coffee corner	Tingkat kebersihan lingkungan sekitar (<i>surrounding store</i>) public space coffee corner	Ordinal	9
		Kenyaman tempat parkir	Tingkat kenyamanan tempat parkir	Ordinal	10
	Interior	Daya tarik desain warna dan pencahayaan (<i>colour and lighting</i>) public space coffee corner	Tingkat daya tarik desain warna dan pencahayaan (<i>colour and lighting</i>) public space coffee corner	Ordinal	11,12
		Kebersihan dari public space coffee corner	Tingkat kebersihan public space coffee corner	Ordinal	13

<p>Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan (<i>decision</i>) yang melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku.</p> <p>J. Paul Peter dan Jerry C.Olson (2013:162)</p>	Keputusan tentang jenis produk	Kesesuaian dengan keinginan dan kebutuhan	Tingkat kesesuaian dengan keinginan dan kebutuhan	Ordinal	14
		Kesesuaian keseluruhan keragaman produk yang ditawarkan	Tingkat keragaman produk yang ditawarkan	Ordinal	15
	Keputusan tentang bentuk produk	Desain produk yang ditawarkan	Tingkat desain produk yang ditawarkan	Ordinal	16
		Kualitas produk yang ditawarkan	Tingkat kualitas produk yang ditawarkan	Ordinal	17
	Keputusan tentang merek	Keunggulan dari public space coffee corner	Tingkat keunggulan dari public space coffee corner	Ordinal	18
		Keunikan dari produk dan suasana public space coffee corner	Tingkat keunikan dari produk dan suasana public space coffee corner	Ordinal	19
	Keputusan tentang jumlah pembelian	Jumlah pembelian produk yang ditawarkan	Tingkat jumlah pembelian produk yang ditawarkan	Ordinal	20
	Keputusan tentang waktu pembelian	Kunjungan pada public space coffee corner	Tingkat kunjungan pada public space coffee corner	Ordinal	21
	Keputusan tentang penjual/penyalur	Keterjangkauan harga	Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal	22

Sumber : Olah data peneliti, 2016

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam melakukan penelitian memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti. Untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit dari

populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui kriteria dan dapat dikategorikan kedalam objek tersebut berupa manusia. Selain itu, populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat- syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2013:117) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung atau konsumen public space coffee corner yang berkunjung dan melakukan pembelian dari bulan Maret hingga bulan Agustus pada tahun 2016.

Tabel 3.2
Jumlah Data Pengunjung Public Space Coffee Corner

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1	Februari	347
2	Maret	388
3	April	401
4	Mei	412
5	Juni	492
6	Juli	357
7	Agustus	369
Total		2.766

Sumber: Public Space Coffee Corner, 2016

Berdasarkan tabel 3.2 di halaman sebelumnya menunjukkan bahwa jumlah populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung public space coffee corner pada bulan Februari hingga Agustus 2016 sebanyak 2.766 orang.

3.3.2 Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2013:118) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya.

Kesimpulannya sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi konsumen public space coffee corner Bandung. Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan dari berbagai kalangan dan usia serta latar belakang yang berbeda-beda. Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dalam ukuran sampel. Bila populasi besar maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, maka peneliti dapat mengambil sampel dalam populasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti akan menggunakan sampel dengan menggunakan rumus Solvin, sampel yang ditentukan oleh penulis dengan presentase kelonggaran ketidaktelitian adalah sebesar 10%.

Rumus Slovin = $\frac{N}{1+Ne^2}$
--

Sumber: Sugiyono (2013: 124)

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir sebesar 10%.

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 2.766 orang. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{2.766}{1 + 2.766 (0,1)^2}$$

$$n = 96$$

Maka dapat disimpulkan, sampel pada penelitian ini menggunakan 96 orang responden.

3.3.3 Teknik Sampling

Dalam pengambilan sampel terdapat teknik untuk melakukan penelitian, Sampel pada suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Menurut Sugiyono (2013:116) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2013:120), “*nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak diberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. *Nonprobability sampling* terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, *sampling incidental*, sampling jenuh, dan *snow ball sampling*.

Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental*, menurut Sugiyono (2013:122) “*sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa teknik. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari:

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada staff public space coffee corner. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen public space coffee corner Bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai keragaman produk, *store atmosphere* dan keputusan pembelian pada public space coffee corner.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi perpustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu *literature-literature*, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3.5 Teknik Pengolahan Data

Dalam teknik pengolahan data ini menguraikan metode-metode analisis yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Metode analisis data sangat tergantung pada jenis penelitian dan metode penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data diikuti dengan pengujian hipotesis penelitian.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur itu menunjukkan ketepatan dan kesesuaian. Sedangkan menurut Sugiyono (2013:200) validitas adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut dinyatakan *valid*, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*. Untuk mencari nilai korelasinya, maka peneliti menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum X_1 X_{1tot}) - (\sum X_1)(\sum X_{1tot})}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum x_{1tot}^2) - (\sum x_{1tot})^2)}}$$

Keterangan :

r = Korelasi product moment

$\sum X_i$ = Jumlah skor suatu item

$\sum X_{tot}$ = Jumlah total skor jawaban

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

$\sum x_{tot}^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum X_i X_{tot}$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2013:110) ‘‘Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama’’. Penelitian ini menggunakan metode *Split Half* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *Spearman Brown*, dengan cara kerjanya sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan kelompok genap.
3. Korelasi total skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus

$$r = \frac{n(\Sigma AB) - (\Sigma A)(\Sigma B)}{\sqrt{((n\Sigma A^2 - (\Sigma A)^2)(n\Sigma B^2 - (\Sigma B)^2))}}$$

Keterangan :

r = Korelasi produk moment

ΣA = Jumlah total skor kelompok ganjil

ΣB = Jumlah total skor kelompok genap

ΣA^2 = Jumlah kuadrat total skor kelompok ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadrat total skor kelompok genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban kelompok ganjil dan kelompok genap

Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut :

$$r = \frac{2rb}{1 + rb}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

rb = Korelasi *product moment* antara kelompok ganjil (belahan pertama) dan kelompok genap (belahan kedua), batas reliabilitas minimal 0,7.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (*independent variable*) (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (*dependent variable*) (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti

menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya lalu selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk menetapkan skor rata – rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas, berikut rumusnya

$$\frac{\Sigma \text{jawaban kuesioner}}{\Sigma \text{pertanyaan} \times \Sigma \text{ Responden}} = \text{Skor Rata – rata}$$

Sumber : Husein Umar (2012:98)

Setelah diketahui skor rata – rata, maka hasil tersebut dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini :

Nilai Tertinggi = 5 Nilai Terendah = 1

Rentang Skor

$$= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sumber: Husein Umar (2012:98)

Maka dapat kita tentukan kategori skala sebagai berikut:

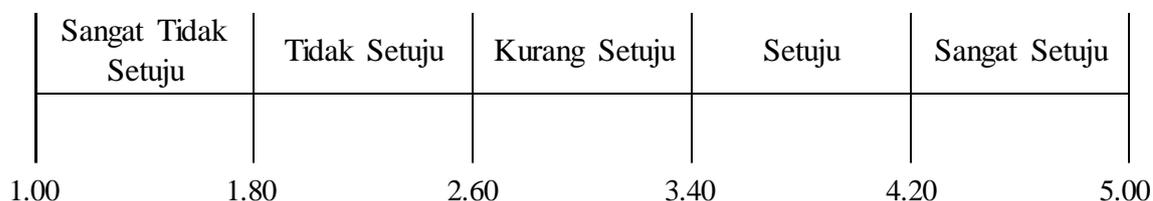
1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat tidak setuju

2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak setuju
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Kurang setuju
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Setuju
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat setuju

Tabel 3.3
Kategori Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81	2,60	Tidak Setuju
2,61	3,40	Kurang Setuju
3,41	4,20	Setuju
4,21	5,00	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono (2013:134)



3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode kuantitatif (verifikatif) adalah metode pengolahan data dalam berbentuk angka untuk memudahkan dalam menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2013: 13) menyatakan bahwa “metode kuantitatif merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

3.6.2.1 *Method of Succesive Interval* (MSI)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang di dapat masih dalam bentuk skala ordinal. Peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya. Sebelum data di analisis dengan menggunakan metode analisis linier berganda, untuk data yang berskala ordinal harus dirubah menjadi data dalam bentuk skala interval. Perubahan data dari skala ordinal menjadi skala interval dengan menggunakan teknik *Method of Succesive Interval* (MSI). Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (*scale value / SV*)

$$SV = \frac{\text{Density at Liwer Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Ares Under Lower Limit}}$$

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus :

$$Y = SV + [k]$$

$$K = 1 [SVmin]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputersasi, yaitu menggunakan *SPSS for windows* untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear adalah alat statistik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau beberapa variabel terhadap satu buah variabel. Variabel yang mempengaruhi sering disebut variabel bebas, variabel independen atau variabel penjelas. Sugiyono (2013:210) menyatakan bahwa “Analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah”. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antara variabel tersebut dapat dicirikan melalui model matematik yang disebut dengan model regresi. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X_1 (Keragaman produk) dan X_2 (Suasana toko), dan Y (Keputusan pembelian). Rumus yang digunakan yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta

$\beta_{1,2}$ = Koefisien regresi

X_1 = Keragaman produk

X_2 = Suasana toko

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh keragaman produk, suasana toko dan keputusan pembelian. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), rumus hipotesisnya sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Simultan

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

- a. $H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara keragaman produk (X_1) dan suasana toko (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).
- b. $H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara keragaman produk (X_1) dan suasana toko (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan uji signifikan koefisien berganda, taraf signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} ($n-K-1$) = derajat kebebasan

Perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk ($n-k-1$) dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_a$ diterima (signifikan)
2. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_a$ ditolak (tidak signifikan)

2. Uji Hipotesis Parsial

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk berikut:

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh keragaman produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada public space coffee corner.
- b. $H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh keragaman produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada public space coffee corner.
- c. $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh suasana toko (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada public space coffee corner.
- d. $H_a : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh suasana toko (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada public space coffee corner.

- e. Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan tarif signifikan 5%, dengan rumus sebagai berikut :

$$t = r \sqrt{\frac{n - (k + 1)}{1 - r^2}}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
 r = Nilai korelasi parsial
 k (kelas) = Subvariabel

Pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian *thitung* dibandingkan dengan *ttabel* , dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

3.6.3.1 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X_1 (Keragaman produk) dan X_2 (Suasana toko), dan Y (Keputusan pembelian).

Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \sqrt{\frac{JK_{regresi}}{JK_{total}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi ganda
 JK_{reg} = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi
 JK_{tot} = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013 :184). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,39	Rendah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:184)

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ yaitu:

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan Y, semua positif sempurna.
2. Apabila $R = -1$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan Y, semua negatif sempurna.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

3.6.3.2 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (Keragaman produk dan Suasana toko) terhadap variabel Y (Keputusan pembelian). Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X_1 dan X_2 (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%).

Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd= Koefisien determinasi

R²= Koefisien korelasi ganda

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuisisioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting dan sangat mempengaruhi. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel keragaman produk, suasana toko dan keputusan pembelian sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel yang dilihat dari dimensi serta indikatornya. Kuesioner ini bersifat tertutup, pernyataan membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan dalam kuesioner tersebut.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Public space coffee corner di Jalan Jakarta No. 20-22 Ruko Kavling 11 Komplek Kota Kembang Permai Kota Bandung. Berikut ini adalah *time schedule* dari serangkaian aktivitas yang telah dilakukan oleh peneliti saat melakukan penelitian:

Tabel 3.5
Time Schedule Peneliti

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1	Sabtu, 1 Oktober 2016	Mendatangi public space coffee corner	√
		Izin melakukan penelitian di public space coffee corner	
		Berdiskusi mengenai permasalahan yang terdapat pada public space coffee corner	√
2	Senin, 3 Oktober 2016	Mendatangi public space coffee corner	√
		Menyerahkan surat izin melakukan penelitian	√
		Mendapatkan data mengenai hal yang berkaitan dengan public space coffee corner	√
3	Rabu, 5 Oktober 2016	Melakukan penyebaran kuesioner penelitian pendahuluan pada konsumen public space coffee corner	√
4	Rabu, 19 Oktober 2016	Melakukan penyebaran kuesioner penelitian pendahuluan pada konsumen public space coffee corner	√
5	Jumat, 28 Oktober 2016	Melakukan penyebaran kuesioner penelitian pendahuluan pada konsumen public space coffee corner	√
6	Sabtu, 5 November 2016	Melakukan penyebaran kuesioner penelitian pendahuluan pada konsumen public space coffee corner	√
7	Senin, 14 November 2016	Mendapatkan seluruh data hasil kuesioner penelitian pendahuluan	√
8	Rabu, 16 November 2016	Melakukan pengolahan data penelitian pendahuluan	√
9	Rabu, 23 November 2016	Membuat laporan hasil pengolahan data penelitian pendahuluan	√
		Membuat laporan usulan penelitian	√
10	Jumat, 2 Desember 2016	Mendatangi public space coffee corner	√
		Berkonsultasi mengenai hasil pengolahan data penelitian pendahuluan	√