

**PENGARUH LOKASI DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Survei Pada Konsumen Roemah Kopi Bandung)**

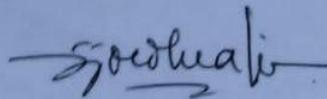
DRAFT SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat sidang skripsi
Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pasundan.

Bandung, Juli 2019

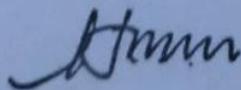
Mengetahui,

Pembimbing



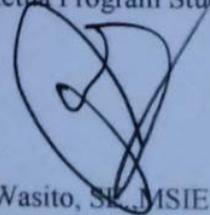
Dr. Yudhi Koesworodjati, SE.,MPA

Dekan



Dr. Atang Hermawan, SE, MSIE., Ak

Ketua Program Studi



Wasito, SE, MSIE

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode survei. Survei merupakan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Tujuan penelitian survei adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Berdasarkan pernyataan diatas metode penelitian suatu cara ilmiah atau proses yang sesuai dengan prosedur penelitian untuk memecahkan permasalahan yang terjadi. Dengan teknik mencari, memperoleh, mengumpulkan, mencatat data baik primer maupun sekunder guna menyusun karya ilmiah. Pada metode penelitian yang digunakan peneliti menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Berikut pengertian metode deskriptif dan verifikatif menurut Sugiyono

(2017:11) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Peneliti verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji:

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap lokasi pada Roemah Kopi Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap *store atmosphere* pada Roemah Kopi Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian produk Roemah Kopi pada Roemah Kopi Bandung.

Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh lokasi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Roemah Kopi Bandung.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti. Operasionalisasi variabel digunakan agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang

sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukan proses atau operasional alat ukur yang akan digunakan untuk variabel yang diteliti.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2017:58). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variabel*), dan variabel terikat (*dependent variabel*). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau mulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Pengertian variabel bebas (*independent*) dalam Sugiyono (2017:59) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Lalu variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2017:59) yang menjadi variabel terikat (variabel *dependent*) (Y).

Variabel ini melibatkan tiga variabel, yaitu variabel lokasi (X_1), *store atmosphere* (X_2), sebagai variabel independen dan keputusan pembelian (Y)

sebagai variabel dependen. Berikut ini adalah penjelasannya mengenai variabel dari masing-masing variabel yaitu:

1. Lokasi (X_1)

Tempat (*place*) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya (Ratih Hurriyati 2015:56)

2. *Store Atmosphere* (X_2)

Menurut Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2014:545) menyatakan bahwa *store atmosphere* meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, pajangan dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik untuk membeli.

3. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2014:192) keputusan pembelian dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk prefensi antar merek dalam kumpulan pilihan, konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai.

3.2.2 **Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator yang akan menjadi bahan penyusunan instrumen kuesioner Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Sesuai dengan judul penelitian yaitu pengaruh lokasi dan *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Roemah Kopi maka terdapat tiga variabel yang dapat peneliti

gunakan untuk menetapkan variabel, kemudia dikembangkan menjadi indikator-indikator lalu dikembangkan lagi menjadi item-item pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Lokasi (X1) Tempat (<i>place</i>) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya (Ratih Hurriyati 2015:56)	Akses	Kemudahan lokasi Roemah Kopi untuk dijangkau	Tingkat kemudahan lokasi Roemah Kopi untuk dijangkau	Ordinal	1
		Tersedianya transportasi umum menuju lokasi Roemah Kopi	Tingkat ketersedianya transportasi umum menuju lokasi Roemah Kopi	Ordinal	2
	Visibilitas	Kemudahan menemukan lokasi Roemah Kopi	Tingkat Kemudahan menemukan lokasi Roemah Kopi	Ordinal	3
		Mudahnya jalan masuk menuju Roemah Kopi	Tingkat Mudahnya jalan masuk menuju Roemah Kopi	Ordinal	4
	Lalu lintas	Lalu lintas di sekitar lokasi Roemah Kopi lancar	Tingkat kelancaran Lalu lintas di sekitar lokasi Roemah Kopi	Ordinal	5
		Tersedianya rambu lalu lintas di sekitar lokasi Roemah Kopi	Tingkat ketersedianya rambu lalu lintas di sekitar lokasi Roemah Kopi	Ordinal	6
	Tempat Parkir	Tempat parkir di Roemah Kopi aman	Tingkat keamanan tempat parkir di Roemah Kopi	Ordinal	7

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		Tempat parkir di Roemah Kopi luas	Tingkat ketersediaan lahan parkir yang luas di Roemah Kopi	Ordinal	8
Store Atmosphere (X2) <i>Store atmosphere</i> meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, pajangan dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik untuk membeli. Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2014:545)	<i>Exterior</i> (bagian depan toko)	Logo <i>cafe/toko</i> menarik	Tingkat daya tarik Logo <i>cafe/toko</i> menarik	Ordinal	9
		Bangunan luar <i>cafe/toko</i> menarik	Tingkat daya tarik bangunan luar <i>cafe/toko</i> menarik	Ordinal	10
	<i>General Interior</i> (bagian dalam toko)	Pencahayaan	Tingkat pencahayaan	Ordinal	11
		Kecocokan musik	Tingkat kecocokan musik	Ordinal	12
		Kecocokan aroma ruangan	Tingkat Kecocokan aroma ruangan	Ordinal	13
		Kesejukan	Tingkat kesejukan	Ordinal	14
	<i>Store Layout</i> (tata letak toko)	Ketepatan jarak antar meja	Tingkat Ketepatan jarak antar meja	Ordinal	15
		Ketersediaan ruang arus pengunjung	Tingkat Ketersediaan ruang arus pengunjung	Ordinal	16
	<i>Interior Display</i> (Barang dalam toko)	Kelengkapan petunjuk ruangan	Tingkat Kelengkapan petunjuk ruangan	Ordinal	17
		Ketersediaan poster	Tingkat ketersediaan poster	Ordinal	18
Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian	Pemilihan Produk	Memilih produk berdasarkan keunikan produk dan menariknya produk	Tingkat memilih produk berdasarkan keunikan produk dan menariknya produk	Ordinal	19
		Memilih produk	Tingkat memilih	Ordinal	20

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan, konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2014:192)		berdasarkan kualitas produk	produk berdasarkan kualitas produk		
	Pemilihan merek	Melakukan pembelian karena adanya pengaruh kepopuleran nama Roemah Kopi di kota Bandung	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan popularitas kafe Roemah Kopi di Kota Bandung	Ordinal	21
		Melakukan pembelian berdasarkan citra kafe Roemah Kopi yang baik dibandingkan kafe lainnya	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan citra kafe Roemah Kopi yang baik dibandingkan kafe lainnya	Ordinal	22
	Pemilihan penyalur	Melakukan pembelian berdasarkan harga yang ditawarkan murah	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan harga yang ditawarkan murah	Ordinal	23
		Melakukan pembelian karena lokasi dekat dengan rumah, kampus maupun kantor	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan lokasi dekat dengan rumah, kampus maupun kantor	Ordinal	24
	Waktu pembelian	Melakukan pembelian dengan kurun waktu bulanan	Tingkat memutuskan pembelian dengan kurun waktu bulanan	Ordinal	25
		Melakukan pembelian secara mendadak	Tingkat memutuskan pembelian secara mendadak	Ordinal	26
	Jumlah pembelian	Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan	Tingkat memutuskan jumlah pembelian berdasarkan	Ordinal	27

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
			kebutuhan		
		Jumlah pembelian berdasarkan keragaman produk	Tingkat memutuskan Jumlah pembelian berdasarkan keragaman produk	Ordinal	28
	Metode pembayaran	Mudahnya metode pembayaran dengan menggunakan aplikasi <i>smartphone</i>	Tingkat memutuskan pembelian Mudahnya metode pembayaran dengan menggunakan aplikasi <i>smartphone</i>	Ordinal	29
		Mudahnya pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran lain seperti <i>debit/credit card</i>	Tingkat memutuskan pembelian Mudahnya pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran lain seperti <i>debit/credit card</i>	Ordinal	30

Sumber: Peneliti 2019

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Poupulasi merupakan segala sesuatu yang dijadikan objek dala penelitian dan dengan menuntukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data dan untuk mempermudah pengelolaan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah dari

karaktistik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung atau konsumen Roemah Kopi:

Tabel 3.2
Jumlah pengunjung Roemah Kopi periode Januari-Desember 2018

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	842
2	Februari	814
3	Maret	856
4	April	789
5	Mei	761
6	Juni	753
7	Juli	793
8	Agustus	817
9	September	855
10	Oktober	832
11	Nopember	851
12	Desember	940
Jumlah		9.903

Sumber: Roemah Kopi (2018)

Berdasarkan tabel 3.2 yang dijadikan peneliti menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Roemah Kopi mengalami naik turun setiap bulannya. Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan pengunjungnya selama periode bulan Januari 2018 – Desember 2018 yaitu sebanyak

$9.903/12\text{bulan} = 825$ orang. Jumlah dibagi 12 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari Roemah Kopi Bandung.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus *representatif* (mewakili) (Sugiyono, 2017:81). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampe yang di tolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

$$\text{Jadi: } n = \frac{825}{1+825(0,1)^2} = 89,2 \sim 90$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian sebanyak 90 (dibulatkan) orang yang akan dijadikan ukuran sampel.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut (Sugiyono 2017:81) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Menurut Sugiyono (2017:82) terdapat dua teknik *sampling* yang dapat digunakan *probability sampling* dan *non probability samplin*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian.(Sugiyono, 2017:137) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian dilapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Pengamatan (*Observation*)

Penulis mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara

langsung di Roemah Kopi. Menurut sugiyono (2017:203) obeservasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak Roemah Kopi. Menurut Sugiyono (2017:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan atau pihak yang berwenang atau bagian lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner akan diberikan kepada konsumen Roemah Kopi. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan satu persatu kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

d. Penelitian kepustakaan (*Library Reaearch*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan data pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek.

3.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017:121). Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku. Menurut Sugiyono (2017:134) sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

ΣX = Jumlah hasil pengamatan variabel X

ΣY = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

Σxy = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

Σy^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid (Sugiyono 2017:173).

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah method *Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus spearman brown, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

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 genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus :

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

Dimana :

r = Koefesien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

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

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana :

r = Nilai reliabilitas

r_b = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas.

Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu

melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono. 2017:148). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah di paparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1) = Lokasi, (X_2) = *Store Atmosphere* terhadap variabel dependen (Y) = Keputusan Pembelian.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari usia, pendidikan, dan penghasilan. Dimana variabel X1 (Lokasi), variabel X2 (*Store Atmosphere*), dan variabel Y (Keputusan Pembelian), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2017:160)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat dilihat alternatif jawaban dan bobot nilai untuk item-item instrumen pada kuesioner. Bobot nilai ini agar memudahkan bagi responden untuk menjawab pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini penyusun akan menganalisa data tersebut satu persatu yang didasarkan pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan koesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung. Peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independent dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudia disusun kriteria penilaian untuk setiap item

pernyataan. Mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan skor variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

$$\sum p = \frac{\sum \text{jawaban kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}} = \text{skor rata - rata}$$

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

$$NJI(\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria jawaban}}$$

Dimana:

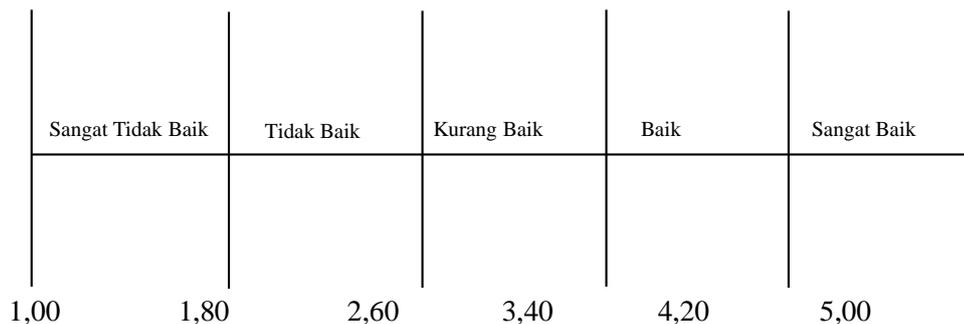
$$\text{Nilai tertinggi} = 5$$

$$\text{Nilai terendah} = 1$$

$$NJI (\text{nilai jenjang interval}) = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut:

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 - 1,80 : Sangat Tidak Baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 - 2,60 : Tidak Baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 - 3,40 : Kurang Baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 - 4,20 : Baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 - 5,00 : Sangat Baik



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.5.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2017:53) analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verifikatif merupakan analisis untuk membuktikan dan mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui dan menguji kebenaran hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan perhitungan statistik. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut:

3.5.2.1 *Method Of Succesive Internal (MSI)*

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Succesive Internal*).

Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi Pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika kita hanya mempunyai data berskala ordinal; maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Kecuali jika kita menggunakan prosedur, seperti korelasi Spearman yang mengujikan data berskala ordinal; maka kita tidak perlu mengubah data yang sudah ada tersebut. Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap reponden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 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 proposi.
4. Menentukan proposi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribur normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing reponden dengan rumusan berikut.

$$SV = \frac{(\text{density at lower limit}) - (\text{density at upper limit})}{(\text{area under upper limit}) - (\text{area under lower limit})}$$

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

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

3.5.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat (untuk membuktikan ada atau tidak adanya hubungan). Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen antar variabel X_1 (Lokasi) dan X_2 (*Store Atmosphere*) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- X_1 = Variabel Bebas (Lokasi)
- X_2 = Variabel Bebas (*Store Atmosphere*)
- b_1 dan b_2 = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel
- e = Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain lokasi dan *store atmosphere*

3.5.2.3 Analisis Kolerasi Berganda

Analisis kolerasi berganda merupakan analisi yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah Koefisien Korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua

variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi.

Adapun rumus kolerasi berganda sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Dimana:

R^2 = Koefesien kolerasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah Kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total kolerasi

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ sebagai berikut:

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1,X2 dan variabel Y.

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif.

Apabila $r = 0$, artinya terdapat hubungan kolerasi.

Tabel 3.4
Taksiran Besarnya Koefesien Kolerasi

Interval Koefesien	Tingkatan Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Cukup
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017:278).

3.5.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini

dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_1), rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

3.5.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan sebagai berikut dijabarkan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0,$ Tidak dapat pengaruh Lokasi dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0,$ Terdapat pengaruh Lokasi dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian di uji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Peneliti dalam hal ini melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda yang dimana menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

R^2 = Kuadrat koefisien kolerasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

n = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

$(n-k-1)$ = Derajat kebebasan

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

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.

3.5.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian
- b. $H_1 : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian
- c. $H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian
- d. $H_0 : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji T dengan taraf signifikan 5% atau dengan tingkat keyakinan 95% dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Dimana:

t_{hitung} = Statistik Uji Kolerasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai kolerasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.

3.5.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X_1 (Lokasi) dan X_2 (*Store Atmosphere*) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (Lokasi) dan X_2 (*Store Atmosphere*) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien klerasinya yaitu:

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

Dimana:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat dari koefisien ganda

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X1 (Lokasi) dan X2 (*Store Atmosphere*) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian).

Maka untuk mengetahui seberapa besar persentase dengan menggunakan rumus koefisien determinasi secara parsial sebagai berikut:

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Dimana:

B = Beta (*nilai standarliezed coeffecients*)

Zero Order = Matrik kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat

Maka:

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, Kuat

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah intrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam item atau pertanyaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel lokasi, *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.. Responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Responden memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *Likert*.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Roemah Kopi Bandung, jalan Ranca Kedal No. 7 Bandung. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan dari mulai Bulan 21 Februari 2019 sampai dengan 19 Agustus 2019.