

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat didalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:35) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain yang diteliti.

Metode penelitian deskriptif yang digunakan peneliti dalam penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah pada nomor satu, nomor dua, dan nomor tiga yaitu:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai lokasi di Cafe Urban Story
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai promosi penjualan di Cafe Urban Story
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di Cafe Urban Story

Kemudian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:35) penelitian 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. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik.

Metode penelitian verifikatif digunakan peneliti untuk menjawab rumusan masalah nomor empat yaitu Seberapa besar pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cafe Urban Story secara simultan dan parsial.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah yang telah ditentukan. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terikat atau merupakan salah satu penyebab.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan salah satu faktor yang penting dan perlu di perhatikan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya. Menurut (Sugiyono, 2017:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel tersebut berupa variabel bebas dan variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel bebas (independen) adalah Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dikonotasikan dengan simbol X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah lokasi (X1) dan promosi penjualan (X2).

Variabel terikat (dependen) menurut Sugiyono (2017:39) yang dimaksud variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian dikonotasikan dengan huruf (Y). Berikut Definisi variabel Penelitiannya:

a. Lokasi sebagai variabel independen (X1)

Menurut Ratih Hurriyati (2015:56) bahwa tempat (*place*) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus melakukan operasi atau kegiatannya. Adapun dimensi yang digunakan peneliti untuk variabel lokasi yaitu akses, visibilitas, lalu lintas dan tempat parkir.

b. Promosi Penjualan sebagai variabel independen (X2)

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:219) promosi penjualan adalah bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau perdagangan. Adapun dimensi yang digunakan peneliti untuk variabel promosi penjualan yaitu sampel, kupon, penghargaan patronage, diskon, barang gratis, rabat, tampilan demonstrasi titik pembelian, dan hadiah.

c. Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen (Y)

Menurut Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:184) mengemukakan bahwa “keputusan pembelian adalah tahap keputusan konsumen yang secara aktual melakukan pembelian produk”. Adapun dimensi yang digunakan peneliti untuk variabel keputusan pembelian yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan tahapan dalam penelitian dimana variabel-variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan secara lebih jelas mengenai konsep dimensi dan indikator variabel penelitian yang akan menjadi bahan dalam penyusunan instrumen/pernyataan kuesioner penelitian. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden serta untuk menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian yang dilakukan.

Operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui klasifikasi ukurannya. Operasionalisasi variabel berfungsi untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, dimensi variabel, indikator variabel, ukuran variabel, dan skala pengukuran yang digunakan. Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel yang diteliti yaitu lokasi sebagai variabel bebas/independen pertama (X1), promosi penjualan sebagai variabel bebas/independen kedua (X2), dan keputusan pembelian sebagai variabel

terikat/dependen (Y). Secara garis besar operasionalisasi variabel penelitian pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 di halaman selanjutnya sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Operasionalisasi Variabel Penelitian

| Variabel dan Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|--|---------------|---|--|---------|---------|
| Lokasi (X₂) Lokasi (<i>place</i>) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. | Akses | Alternatif akses jalan menuju Lokasi | Tingkat alternatif akses jalan menuju lokasi | Ordinal | 1 |
| | | Kemudahan akses transportasi umum | Tingkat kemudahan akses transportasi umum | Ordinal | 2 |
| | Visibilitas | Kemudahan menemukan lokasi | Tingkat kemudahan menemukan lokasi | Ordinal | 3 |
| | | Kemudahan melihat lokasi dengan jelas | Tingkat kemudahan melihat lokasi dengan jelas | Ordinal | 4 |
| | Lalu Lintas | Arus lalu lintas Lancar | Tingkat arus lalu lintas lancar | Ordinal | 5 |
| | | Keramaian lalu lintas | Tingkat keramaian lalu Lintas | Ordinal | 6 |
| | Tempat Parkir | Tempat parkir Nyaman | Tingkat kenyamanan tempat parkir | Ordinal | 7 |
| | | Tempat lahan Parkir luas | Tingkat ketersediaan lahan parkir yang luas | Ordinal | 8 |
| Promosi Penjualan (X₂) Bahan inti dalam kampanye | Sampel | Memberikan sampel makanan dan minuman yang baru | Tingkat pemberian sampel makanan dan minuman yang baru | Ordinal | 9 |
| | Kupon | Memberikan | Tingkat | Ordinal | 10 |

Lanjutan Tabel 3.1

| Variabel dan Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|--|--|--|--|---------|---------|
| pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar berjangka pendek yang di rancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau perdagangan Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:219) | | kupon | pemberian kupon | | |
| | Penghargaan Patronage | Memberikan bonus kepada Konsumen loyal | Tingkat pemberian bonus kepada konsumen loyal | Ordinal | 11 |
| | Diskon | Memberikan diskon | Tingkat menariknya pemberian diskon | Ordinal | 12 |
| | Barang Gratis | Memberikan cemilan gratis | Tingkat pemberian ekstra makanan | Ordinal | 13 |
| | Penawaran pengambilan dana tunai (<i>cashback</i>) | Pemberian pengambilan dana tunai (<i>cashback</i>) | Tingkat pemberian pengambilan dana tunai (<i>cashback</i>) | Ordinal | 14 |
| | Tampilan demonstrasi titik pembelian (P-O-P) | Tampilan produk makanan dan minuman yang menarik | Tingkat tampilan produk makanan dan minuman yang menarik | Ordinal | 15 |
| | Hadiah | Memberikan hadiah dalam acara tertentu | Tingkat pemberian hadiah | Ordinal | 16 |
| Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian adalah tahap keputusan konsumen yang Secara aktual | Pilihan Produk | Memilih produk berdasarkan kualitas | Tingkat memilih produk berdasarkan kualitas | Ordinal | 17 |
| | | Memilih produk berdasarkan keragaman produk | Tingkat memilih produk berdasarkan keragaman produk | Ordinal | 18 |
| | Pilihan | Memilih | Tingkat | Ordinal | 19 |

Lanjutan Tabel 3.1

| Variabel dan Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|--|------------------|---|---|---------|---------|
| Melakukan pembelian produk Kotler dan Keller yang dialih dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:184) | Merek | merek berdasarkan kepopuleran merek | memilih merek berdasarkan kepopuleran merek | | |
| | | Memilih berdasarkan kemenarikan logo | Tingkat keputusan berdasarkan kemenarikan logo | Ordinal | 20 |
| | Pilihan Penyalur | Memilih penyalur berdasarkan lokasi mudah Dijangkau | Tingkat memilih penyalur berdasarkan lokasi mudah Dijangkau | Ordinal | 21 |
| | | Memilih penyalur berdasarkan ketersediaan produk | Tingkat memilih penyalur berdasarkan ketersediaan produk | Ordinal | 22 |
| | Waktu Pembelian | Waktu pembelian secara rutin dalam kurun waktu tertentu | Tingkat waktu pembelian secara rutin dalam kurun waktu tertentu | Ordinal | 23 |
| | | Waktu pembelian secara mendadak | Tingkat waktu pembelian secara mendadak | Ordinal | 24 |
| | Jumlah pembelian | Keragaman produk mempengaruhi jumlah pembelian | Tingkat keragaman produk mempengaruhi jumlah pembelian | Ordinal | 25 |
| | | Jumlah pembelian produk berdasarkan kebutuhan | Tingkat jumlah pembelian produk berdasarkan kebutuhan | Ordinal | 26 |

Lanjutan Tabel 3.1

| Variabel dan Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|------------------------------|-------------------|---|---|---------|---------|
| | Metode pembayaran | Memutuskan membeli berdasarkan kemudahan dalam pembayaran | Tingkat memutuskan membeli berdasarkan kemudahan dalam pembayaran | Ordinal | 27 |
| | | Memutuskan membeli berdasarkan teknologi pembayaran sangat baik | Tingkat memutuskan membeli berdasarkan teknologi pembayaran sangat baik | Ordinal | 28 |

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2020

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi peneliti dapat melakukan pengolahan data. Kemudian untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik atau yang disebut dengan sampel. Dengan adanya sampel maka peneliti tidak perlu melakukan penelitian secara keseluruhan terhadap pengunjung tetapi cukup dengan menggunakan sebagian dari jumlah pengunjung yang akan diteliti.

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Populasi dapat

diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek tersebut.

Berdasarkan pengertian tersebut maka pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah jumlah konsumen Cafe Urban Story. Berikut data konsumen dari bulan Januari hingga Desember pada tahun 2019 :

Tabel 3.2
Jumlah Konsumen Cafe Urban Story dari bulan
Januari-Desember 2019

| Bulan | Jumlah Konsumen |
|------------------|------------------------|
| Januari | 760 |
| Februari | 738 |
| Maret | 724 |
| April | 867 |
| Mei | 1.112 |
| Juni | 875 |
| Juli | 981 |
| Agustus | 883 |
| September | 972 |
| Oktober | 906 |
| November | 774 |
| Desember | 628 |
| Total | 10.220 |
| Rata-rata | 851,67 |

Sumber : Cafe Urban Story

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat dilihat bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 10.220 orang yang didapat dari jumlah konsumen di Cafe Urban Story selama periode 1 tahun dari bulan Januari sampai Desember 2019,

lalu diambil rata-rata jumlah konsumen sebanyak 10.220 dibagi 12 (Januari - Desember) dengan hasil sebanyak 851,67 yang dibulatkan menjadi 852 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti yang hasilnya mewakili keseluruhan masalah yang diamati. Sugiyono (2017:81) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan seluruh populasi, melainkan hanya sebagian dari populasi yang diambil untuk menjadi sampel karena peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga dan jumlah populasi yang banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus dapat menggambarkan dari populasi yang sebenarnya dengan istilah lain harus sangat representatif (mewakili).

Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, yang dapat ditunjukkan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat yang ditolerir 10% (0,10)

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 852 responden, berdasarkan pada jumlah rata-rata konsumen di Cafe Urban Story pada bulan Januari-Desember 2019. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{852}{1+852(0,10)^2} = 89,49 = 90$$

Jadi diketahui dari perhitungan, ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 89,49 dibulatkan menjadi 90 orang responden dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Sugiyono (2017:142) menjelaskan bahwa “*non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Tujuan peneliti menggunakan *non probability sampling* karena peneliti memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu sampling sistematis, sampling kuota, *sampling accidental*, *sampling purposif*, sampling jenuh, dan *snowball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang digunakan pada penelitian ini yaitu jenis *sampling accidental*.

Menurut Sugiyono (2017:144) *sampling accidental* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/*accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting untuk keberhasilan penelitian. Teknik pengumpulan data berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan datanya, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakannya yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data mengacu pada cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:137) teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena memiliki tujuan memperoleh data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan survei dan melakukan pengumpulan data sebanyak mungkin, dengan menggunakan beberapa metode, yaitu :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

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

a. Observasi

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 pemilik Cafe Urban Story. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pernyataan-pernyataan kepada konsumen Cafe Urban Story. Hal ini digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan konsumen yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai lokasi, promosi penjualan dan keputusan pembelian pada Cafe Urban Story.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penelitian kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur literatur, jurnal, internet dan data perusahaan.

a. Studi Kepustakaan

Mengumpulkan data-data teoritis melalui buku-buku, karya tulis ilmiah, literatur-literatur yang berkaitan dengan variabel yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti pada penelitian ini.

b. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas

berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian dianggap relevan dengan topik penelitian dan juga sebagai pembanding dengan hasil penelitian yang peneliti teliti.

c. Internet

Cara yang dilakukan untuk mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis.

Data-data tersebut sangat penting bagi kelengkapan analisis dari temuan hasil penelitian. Data yang dimaksud adalah buku-buku dari berbagai referensi dan bahan-bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah-masalah pada penelitian ini.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis dan uji hipotesis menguraikan metode-metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument dimana alternatifnya berupa pertanyaan. 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 (Sugiyono, 2017 : 147).

Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan

memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif. Seperti pada tabel yang disajikan berikut :

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Skala Likert

| Alternatif Jawaban | Skor |
|----------------------------------|-------------|
| SS (Sangat Setuju) | 5 |
| S (Setuju) | 4 |
| KS (Kurang Setuju) | 3 |
| TS (Tidak Setuju) | 2 |
| STS (Sangat Tidak Setuju) | 1 |

Sumber: Sugiyono (201:94)

3.5.1 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.5.1.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesalahan setiap item pertanyaan mengukur variabelnya. Untuk mencari validitas sebuah item, kita

mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditunjukkan kepada responden dengan total untuk seluruh item. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, dan jika antara item dengan total item sama atau dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien r product moment

r = Koefisien validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor total instrument

n = Jumlah responden dalam uji instrument

$\sum x$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel Y

Dasar mengambil keputusan

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Sugiyono (2017:127) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dilakukan pengukuran 2 (dua) kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pernyataan-pernyataan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *split-half* 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-rumus *spearman brown*. Berkenaan dengan hal tersebut peneliti melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokan dalam kelompok I dan II.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan II.
3. Korelasi skor kelompok I dan II dengan rumus :

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

Keterangan :

r_b = Koefisien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

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

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

Keterangan:

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 (rb 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 realibilitas. 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 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dan variabel penelitian. Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017:147). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori : sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. 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 dikategorikan pada rentang skor.

$$NJI(\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria Petanyaan}}$$

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

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

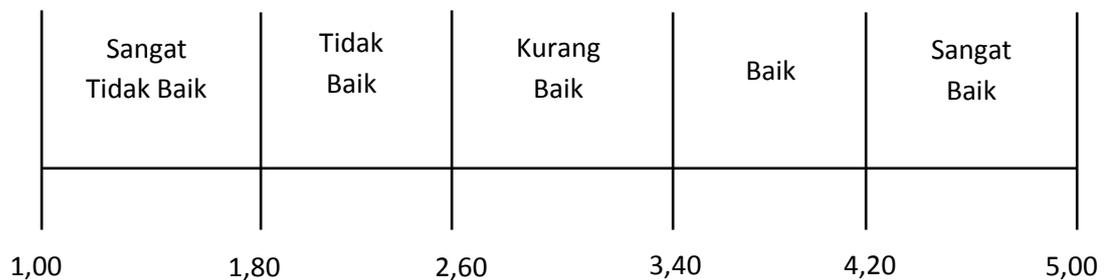
Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui kategori skala sebagai berikut :

Tabel 3.4
Kategori Skala

| No | Interval | Kategori |
|----|-----------|-------------------|
| 1 | 1,00-1,80 | Sangat Tidak Baik |
| 2 | 1,81-2,60 | Tidak Baik |
| 3 | 2,61-3,40 | Kurang Baik |
| 4 | 3,41-4,20 | Baik |
| 5 | 4,21-5,00 | Sangat Baik |

Sumber : Sugiyono (2017:95)

Setelah nilai rata-rata jawaban dan kategorinya telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum seperti pada gambar 3.1 sebagai berikut :



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Dapat dijelaskan sebagai berikut:

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

3.5.3 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan perhitungan statistik. Menurut Sugiyono (2017:13) 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”. Metode analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *method of successive interval* (MSI), analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi.

3.5.3.1 Uji Method Of Successive Interval (MSI)

Setelah mendapatkan data dari hasil penyebaran kuesioner, yang berskala ordinal dirubah menjadi skala interval, karena dalam analisis linear berganda data yang diperoleh harus data dengan skala interval, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi skala interval dengan teknik *successive of interval method* menurut Sugiyono (2017:25) langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Tentukan dengan tegas (variabel) sikap apa yang akan diukur.
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 sebagai proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.

5. Dengan menggunakan tabel distribusi interval standar kita tentukan nilai Z .
6. Menentukan nilai skala (scale value/SV)
7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit) - (Area\ under\ lower\ limit)}$$

Keterangan :

SV (Scale Value) : Rata-rata interval

Density at lower limit : Kepaduan batas bawah

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Area under upper limit : Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : Daerah dibawah batas bawah

8. Tentukan nilai transformasi dengan rumus $Y = SV + [1 + SV_{min}]$

Pengelolaan data dalam penelitian ini untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal kedalam skala interval, maka penelitian menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS *for windows type 20*

3.5.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh lokasi (X1), promosi penjualan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Sugiyono (2017:210) menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang

digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel independen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

a = Bilangan konstanta

b_1b_2 = Koefisien arah garis

X_1 = Variabel bebas (lokasi)

X_2 = Variabel bebas (promosi penjualan)

e = Kesalahan (*Error*)

3.5.3.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel lokasi (X_1), promosi penjualan (X_2) dan variabel keputusan pembelian (Y). Korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$r^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

r^2 = Koefisien korelasi berganda

$JK(\text{reg})$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat total regresi

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

1. Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel lokasi (X1), promosi penjualan (X2) dan variabel keputusan pembelian (Y) semua positif sempurna
2. Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel lokasi (X1), promosi penjualan (X2) dan variabel keputusan pembelian (Y) semua negatif sempurna
3. Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi antara variabel lokasi (X1), promosi penjualan(X2), dan keputusan pembelian (Y)
4. Apabila r berada diantara -1 dan 1 , maka tanda negatif (-) menyatakan adanya korelasi tidak langsung atau korelasi negatif. Dan tanda positif (+)menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif

Interprestasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel-variabel tidak bebas yang menjelaskan mengenai interpretasi terhadap kuatnya hubungan korelasi, seperti tertera pada tabel 3.5.

Tabel 3.5
Tafsiran Besarnya Koefisien Korelasi

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,000 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,200 – 0,399 | Rendah |
| 0,400 – 0,599 | Sedang |
| 0,600 – 0,799 | Kuat |
| 0,800 – 0,999 | Sangat Kuat |

Sumber : Sugiyono (2017:184)

Hasil perhitungan korelasi dapat negatif atau positif maka koefisien dibatasi antara -1 sampai 1 . Bila nilai koefisien korelasi negatif berarti kedua variabel tersebut saling terbalik.

3.5.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis yang akan diajukan diterima atau ditolak. Pengujian hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1), rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

3.5.4.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian

$H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda digunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

k = Banyaknya variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

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_1 diterima (signifikan)

Jika F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima dan sebaliknya H_1 ditolak (tidak signifikan).

Uji F Tabel dapat ditemukan pada data distribusi r tabel pada signifikan 10% dengan menggunakan rumus (F tabel = (k : n-k) dimana “k” adalah jumlah Variabel dependen dan “n” adalah total sampel, kemudian angka yang dihasilkan menjadi acuan dalam mencari F tabel pada distribusi nilai F tabel statistik.

3.5.4.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistic sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel lokasi terhadap keputusan pembelian pada Cafe Urban Story
 $H_1 : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel lokasi terhadap keputusan pembelian pada Cafe Urban Story
2. $H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Urban Story
 $H_1 : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Urban Story

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan signifikan 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus:

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

Keterangan :

t = Uji hipotesis parsial dengan uji t

n = Banyaknya sampel dalam penelitian

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika t hitung > t tabel maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima (signifikan)

Jika t hitung < tabel maka H_0 diterima dan sebaliknya H_1 ditolak (tidak signifikan).

Uji t Tabel dapat ditemukan pada data distribusi r tabel pada signifikan 10% dengan menggunakan rumus (t tabel = (k : n-k) dimana “k” adalah jumlah Variabel dependen dan “n” adalah total sampel, kemudian angka yang dihasilkan menjadi acuan dalam mencari t tabel pada distribusi nilai t tabel statistik.

3.5.4.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X_1 (lokasi) dan X_2 (promosi penjualan) 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:

a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel X_1 (lokasi) dan variabel X_2 (promosi penjualan) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

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

Keterangan :

Kd = Nilai Koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat dari koefisien berganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase dari variabel X_1 (lokasi) dan variabel X_2 (promosi penjualan) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) secara parsial sebagai berikut:

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

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

B = Beta (nilai standarized coefficients)

Zero Order = Matrik Kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat

Hal itu berarti :

1. Apabila $Kd = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y , lemah
2. Apabila $Kd = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y , kuat

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel lokasi, promosi penjualan, dan keputusan pembelian sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan peneliti seperti adanya terdapat pilihan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di Café Urban Story Jl. Linggawastu No.8 Kota Bandung, Jawa Barat. Waktu penelitian dilaksanakan selama 3 bulan dimulai dari bulan November 2019 - bulan Januari 2020.