

## **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 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 nuryono (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 penelitian deskriptif yang digunakan peneliti untuk menjawab perumusan masalah nomor satu, nomor dua dan nomor tiga yaitu; Bagaimana tanggapan konsumen terhadap lokasi pada Kumeli *Social park* Bandung, Bagaimana tanggapan konsumen terhadap *physical evidence* pada *Coffee Kumeli Social park* Bandung, Bagaimana tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian pada *Coffee Kumeli Social park* Bandung.

Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh lokasi dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kumeli *Social park* 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

Variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2017:60) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian yaitu variabel independen dan variabel dependen. 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 ( $X_1$ ), *physical evidence* ( $X_2$ ), sebagai variabel independen dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Berikut ini adalah penjelasannya mengenai variabel dari masing-masing variabel yaitu:

### 1. Lokasi ( $X_1$ )

Menurut Fandy Tjiptono (2017:345) mengemukakan Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen itu bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi untuk perusahaan.

### 2. *physical evidence* ( $X_2$ )

Menurut Parasuram dalam Rambat Lupiyoadi (2017:94), “Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.”

### 3. Keputusan Pembelian ( $Y$ )

Keputusan pembelian didefinisikan oleh Kotler & Keller (2016:192): “*In the evaluation stage, the consumer forms preferences among the brands in the choice and may also form an intention to buy the most preferred brand*” yang bila diartikan dalam Bahasa Indonesia: “Didalam tahap evaluasi, konsumen memilih diantara beberapa *brand*/merek dan mungkin juga lebih berniat membeli dari *brand* yang lebih 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 *physical evidence* terhadap keputusan pembelian pada *Coffee Kumeli Social park* Bandung maka terdapat tiga variabel yang dapat peneliti gunakan untuk menetapkan variabel, kemudia dikembangkan menjadi inkator-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 1.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

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

| Variabel  | Dimensi                        | Indikator   | Ukuran   | Skala  | NK      |    |
|---|--------------------------------|---|--|--|---------|----|
|   | Tempat Parkir                  | Tempat parkir di <i>Social park</i> Bandung aman                    | Tingkat keamanan tempat parkir di <i>Social park</i> Bandung   | Ordinal  | 7       |    |
|   |                                | Tempat parkir di <i>Social park</i> Bandung luas                    | Tingkat ketersediaan lahan parkir yang luas di <i>Social park</i> Bandung  | Ordinal  | 8       |    |
| <b>Physical Evidence (X2)</b><br><br><i>Physical evidence is the environment in which the service is delivered and where firm and customer interact and any tangible component that facilitate performance or communication of the service.</i> | Facility Exterior              | Area bangunan.  | Keindahan bentuk dan penampilan bangunan.  | Ordinal  | 9       |    |
|   |                                | Kebersihan lingkungan sekitar Kumeli <i>Social park</i> .           | Tingkat kebersihan lingkungan sekitar Kumeli <i>Social park</i> .  | Ordinal  | 10      |    |
|   |                                | Ketersediaan tempat parkir yang luas di Kumeli <i>Social park</i> . | Tingkat keluasan tempat parkir yang tersedia di Kumeli <i>Social park</i> .  | Ordinal  | 11      |    |
|   | Facility Interior              | Desain interior ruangan.  | Keindahan desain interior ruangan tertata rapih dan menarik.   | Ordinal  | 12      |    |
|   |                                | Adanya petunjuk arah ruangan  | Tingkat kejelasan gambaran visual untuk menyajikan informasi kepada <i>customer</i> seperti adanya petunjuk arah ruangan | Ordinal  | 13      |    |
|   | Other Tangibles                | Pakaian karyawan rapih dan bersih.                                  | Tingkat kerapihan dan kebersihan karyawan.   | Ordinal  | 14      |    |
|   |                                | Desain Logo   | Tingkat kemudahan untuk mengetahui logo.   | Ordinal  | 15      |    |
|   | <b>Keputusan Pembelian (Y)</b> | Pemilihan Produk  | Memilih produk berdasarkan keunikan produk dan menariknya produk   | Tingkat memilih produk berdasarkan keunikan produk dan menariknya produk | Ordinal | 16 |

| Variabel  | Dimensi            | Indikator  | Ukuran  | Skala   | NK |
|---|--------------------|--|---|---------|----|
| Keputusan pembelian dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk prefensi antar merek dalam kumpulan pilihan, konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai.<br><br>Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2014:192) |                    | Memilih produk berdasarkan kualitas produk   | Tingkat memilih produk berdasarkan kualitas produk  | Ordinal | 17 |
|   | Pemilihan merek    | Melakukan pembelian karena adanya pengaruh kepopuleran nama Kumeli <i>Social park</i> di kota Bandung    | Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan popularitas kafe Kumeli <i>Social park</i> di Kota Bandung               | Ordinal | 18 |
|   |                    | Melakukan pembelian berdasarkan citra kafe Kumeli <i>Social park</i> yang baik dibandingkan kafe lainnya | Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan citra kafe Kumeli <i>Social park</i> yang baik dibandingkan kafe lainnya | Ordinal | 19 |
|   | Pemilihan penyalur | Melakukan pembelian berdasarkan harga yang ditawarkan murah  | Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan harga yang ditawarkan murah  | Ordinal | 20 |
|   |                    | Melakukan pembelian karena lokasi dekat dengan rumah, kampus maupun kantor                               | Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan lokasi dekat dengan rumah, kampus maupun kantor                          | Ordinal | 21 |
|   | Waktu pembelian    | Melakukan pembelian dengan kurun waktu bulanan   | Tingkat memutuskan pembelian dengan kurun waktu bulanan   | Ordinal | 22 |
|   |                    | Melakukan pembelian secara mendadak  | Tingkat memutuskan pembelian secara mendadak  | Ordinal | 23 |
|   | Jumlah pembelian   | Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan   | Tingkat memutuskan jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan   | Ordinal | 24 |
|   |                    | Jumlah pembelian berdasarkan   | Tingkat memutuskan Jumlah pembelian   | Ordinal | 25 |

| Variabel | Dimensi           | Indikator  | Ukuran  | Skala   | NK |
|----------|-------------------|--|---|---------|----|
|          |                   | keragaman produk   | berdasarkan keragaman produk  |         |    |
|          | Metode pembayaran | Mudahnya metode pembayaran dengan menggunakan aplikasi <i>smartphone</i>                     | Tingkat memutuskan pembelian Mudahnya metode pembayaran dengan menggunakan aplikasi <i>smartphone</i>                     | Ordinal | 26 |
|          |                   | 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 | 27 |

Sumber: Diolah Peneliti 2021

### 3.3 Populasi dan Sampel

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. 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 *Social park* Bandung:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Pengunjung Kumeli *Social park* periode Januari-Desember 2021**

| No.       | Bulan     | Jumlah Pengunjung |                  |
|-----------|-----------|-------------------|------------------|
| 1         | Januari   | 842               | 993              |
| 2         | Februari  | 814               | 997              |
| 3         | Maret     | 856               | 992              |
| 4         | April     | 889               | 856              |
| 5         | Mei       | 876               | 876              |
| 6         | Juni      | 953               | 842              |
| 7         | Juli      | 893               | 814              |
| 8         | Agustus   | 917               | 893              |
| 9         | September | 855               | 786              |
| 10        | Oktober   | 932               | 765              |
| 11        | Nopember  | 951               | 742              |
| 12        | Desember  | 940               | 721              |
| Jumlah    |           | 10718             | 10277            |
| Rata-rata |           | $10718/12 = 893$  | $10277/12 = 856$ |

Sumber: *Coffee House Kumeli Social park* (2020)

Berdasarkan tabel 3.2 yang dijadikan peneliti menunjukkan bahwa jumlah pengunjung *Coffee House Kumeli Social park* mengalami naik turun setiap bulannya. Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan pengunjungnya selama periode bulan Januari 2021 – Desember 2021 yaitu sebanyak  $10277/12\text{bulan} = 856$  orang. Jumlah dibagi 12 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari *Kumeli Social park* 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%)

$$\text{Jadi: } n = \frac{856}{1+856(0,1)^2} = 89,53 \sim 90$$

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

### 3.3.3 Teknik Sampling

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 penilitian 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 lapangan 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 Kumeli *social park* . 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 Kumeli *social park* . 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 Kumeli *social park* . 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 Research*)

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

$\Sigma x$  = Jumlah hasil pengamatan variabel  $X$

$\Sigma y$  = Jumlah hasil pengamatan variabel  $Y$

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

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

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

**Tabel 1.3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi**

| Item Pernyataan | $r_{hitung}$ | $r_{kritis}$ | Hasil Uji |
|-----------------|--------------|--------------|-----------|
| 1               | 0,474        | 0,3          | Valid     |
| 2               | 0,611        | 0,3          | Valid     |
| 3               | 0,718        | 0,3          | Valid     |
| 4               | 0,645        | 0,3          | Valid     |
| 5               | 0,330        | 0,3          | Valid     |
| 6               | 0,631        | 0,3          | Valid     |
| 7               | 0,534        | 0,3          | Valid     |
| 8               | 0,626        | 0,3          | Valid     |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 3.3 maka kuesioner variabel Lokasi yang terdiri dari 10 item pernyataan dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan masing-masing hasil  $r_{hitung}$  untuk setiap item pernyataan memiliki hasil sama atau lebih dari 0,3. Artinya, keseluruhan dari pernyataan yang diberikan kepada konsumen sudah tepat untuk

mengukur variabel Lokasi . Variabel lainnya yang akan diukur validitasnya adalah variabel Physical Evidence. Variabel Physical Evidence akan diuji dengan menggunakan 7 pernyataan. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas variabel Physical Evidence:

**Tabel 1.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Physical Evidence**

| Item Pernyataan | $r_{hitung}$ | $r_{kritis}$ | Hasil Uji |
|-----------------|--------------|--------------|-----------|
| 1               | 0,548        | 0,3          | Valid     |
| 2               | 0,553        | 0,3          | Valid     |
| 3               | 0,398        | 0,3          | Valid     |
| 4               | 0,550        | 0,3          | Valid     |
| 5               | 0,521        | 0,3          | Valid     |
| 6               | 0,534        | 0,3          | Valid     |
| 7               | 0,584        | 0,3          | Valid     |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2020

Berdasarkan Tabel 3.4 maka kuesioner variabel Physical Evidence yang terdiri dari 7 item pernyataan dapat dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan item pernyataan yang dimiliki memiliki hasil lebih dari 0,3. Hal ini dapat diindikasikan bahwa seluruh pernyataan dari variabel Physical Evidence dapat dinyatakan valid.

Variabel kepuasan konsumen yang didalam penelitian ini merupakan variabel dependen atau variabel Y menggunakan 12 item pernyataan yang akan diuji validitasnya. Berikut ini adalah hasil daripada variabel keputusan pembelian

**Tabel 1.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian**

| Item Pernyataan | $r_{hitung}$ | $r_{kritis}$ | Hasil Uji |
|-----------------|--------------|--------------|-----------|
| 1               | 0,303        | 0,3          | Valid     |
| 2               | 0,319        | 0,3          | Valid     |
| 3               | 0,389        | 0,3          | Valid     |
| 4               | 0,555        | 0,3          | Valid     |
| 5               | 0,453        | 0,3          | Valid     |
| 6               | 0,508        | 0,3          | Valid     |
| 7               | 0,542        | 0,3          | Valid     |
| 8               | 0,551        | 0,3          | Valid     |
| 9               | 0,515        | 0,3          | Valid     |
| 10              | 0,487        | 0,3          | Valid     |
| 11              | 0,598        | 0,3          | Valid     |
| 12              | 0,511        | 0,3          | Valid     |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2020

Berdasarkan Tabel 3.5 dapat dilihat bahwa uji validitas yang digunakan dalam variabel kepuasan konsumen untuk setiap item pernyataan yang diberikan dapat dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan  $r_{hitung}$  yang dihasilkan lebih dari 0,3. Artinya, seluruh pernyataan yang diberikan kepada konsumen sudah tepat untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

### 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 :

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

Dimana :

r = Koefesien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\Sigma A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\Sigma B$  = Jumlah total skor belahan genap

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

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

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

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

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

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

**Tabel 1.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel**

| Variabel                    | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Hasil Uji |
|-----------------------------|--------------|-------------|-----------|
| Lokasi ( $X_1$ )            | 0,709        | 0,7         | Reliabel  |
| Physical Evidence ( $X_2$ ) | 0,717        | 0,7         | Reliabel  |
| Kepuasan konsumen (Y)       | 0,740        | 0,7         | Reliabel  |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2020

Hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel Lokasi ( $X_1$ ), Physical Evidence ( $X_2$ ), dan kepuasan konsumen (Y) memperoleh hasil lebih besar daripada  $r_{tabel}$  atau memiliki nilai yang melebihi 0,7. Maka dapat dikatakan bahwa semua alat ukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel atau konsisten. Karena hasil dari uji validitas dan uji reliabilitas dinyatakan valid dan reliabel, sehingga kuesioner yang disebarakan kepada responden layak untuk digunakan.

### 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 korelasi, 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 diteliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen ( $X_1$ ) = Lokasi, ( $X_2$ ) = *Physical evidence* 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  $X_1$  (Lokasi), variabel  $X_2$  (*Physical evidence*), dan variabel Y (Keputusan Pembelian), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

**Tabel 1.7**  
**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 peneltian dilakuka dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingat 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:

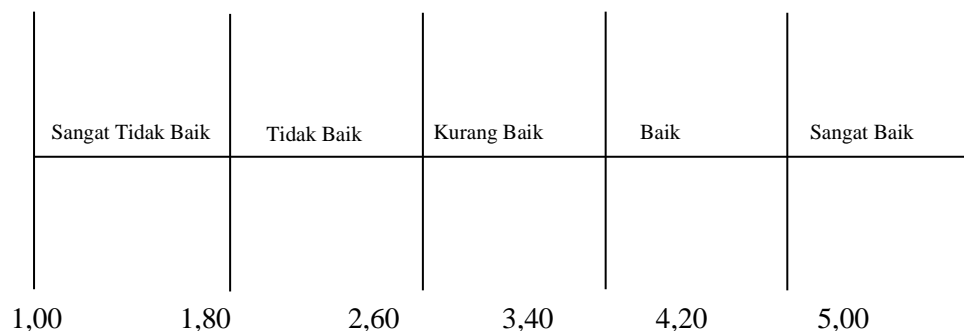
$$\text{Nilai tertinggi} = 5$$

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

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

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 Successive 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 Successive Internal*).

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 proporsi.
4. Menentukan proporsi 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  $X_2$  (*Physical evidence*) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

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

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

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Variabel Bebas (Lokasi)

X<sub>2</sub> = Variabel Bebas (*Physical evidence*)

β<sub>1</sub> dan β<sub>2</sub> = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel

e = Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain lokasi dan *physical evidence*

### 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<sup>2</sup> = Koefesien kolerasi berganda

JK<sub>regresi</sub> = Jumlah Kuadrat regresi

∑Y<sup>2</sup> = 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  $X_1, X_2$  dan variabel  $Y$ .

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

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

**Tabel 1.8**  
**Taksiran Besarnya Koefesien Kolerasi**

| <b>Interval Koefesien</b> | <b>Tingkatan Hubungan</b> |
|---------------------------|---------------------------|
| 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:



$H_0 : b_1, b_2 = 0$ , Tidak dapat pengaruh Lokasi dan *Physical evidence* terhadap Keputusan pembelian.

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh Lokasi dan Kualitas *Physical evidence* 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 pembilan ( $K$ ) 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.  $H_0 : b_1 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian
- b.  $H_1 : b_1 \neq 0$ , Terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian
- c.  $H_0 : b_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh *Physical evidence* terhadap Keputusan Pembelian
- d.  $H_0 : b_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh *Physical evidence* 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

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  $X_2$  (*Physical evidence*) 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  $X_2$  (*Physical evidence*) 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  $X_1$  (Lokasi) dan  $X_2$  (*Physical evidence*) 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 coefficients*)

*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, *physical evidence* 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 *Coffee Kumeli Social park* Bandung, jalan Batik Kumeli No. 38 Bandung. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan dari mulai Bulan Desember 2022 sampai dengan Juni 2022.

