

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Penulis mengumpulkan data yang berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti untuk menjawab rumusan masalah dan untuk membuktikan apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2016:35) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri/*independent*) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan satu sama lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode ini ditunjukkan untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah yang terdapat di bab I yang pertama yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai *store atmosphere* di Kopi Ruang Hati. Kedua, bagaimana tanggapan konsumen mengenai lokasi di Kopi Ruang Hati. Ketiga, bagaimana tingkat keputusan pembelian di Kopi Ruang Hati. Hasil dari observasi menggunakan analisis deskriptif tersebut, selanjutnya akan disusun secara sistematis dan dianalisis untuk diambil suatu kesimpulan.

Selain menggunakan metode penelitian yang bersifat deskriptif, penelitian ini juga menggunakan metode penelitian yang bersifat verifikatif. Menurut Sugiyono (2016:35) menyatakan bahwa penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian yang akan mencoba

menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis, yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verifikatif digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah yang ke empat yaitu seberapa besar pengaruh *store atmosphere* dan lokasi terhadap keputusan pembelian Kopi Ruang Hati secara simultan dan parsial. Metode verifikatif akan memberikan suatu kesimpulan mengenai besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Selain itu metode verifikatif juga digunakan didalam penelitian ini untuk menguji teori dan penelitian ini akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah yakni suatu hipotesis yang berupa kesimpulan sementara.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah *store atmosphere* (X_1) dan lokasi (X_2) sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependept variable*) adalah keputusan pembelian (Y). Menurut Sugiyono (2016:38) mengemukakan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini ada 2 (dua) variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Untuk mengetahui lebih lanjut penjelasan mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian akan dijelaskan sebagai berikut.

Sedangkan 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. Teori ini digunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan bisa mempengaruhi variabel terikat.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2016:60) 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 yang ditelitinya pada suatu perusahaan yang akan ditelitinya, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel bebas (independen) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif dengan simbol X, sedangkan variabel terikat (dependen) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dengan simbol Y.

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu “Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Ruang Hati”, maka terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen (X_1 dan X_2) serta satu variabel dependen (Y) dengan penjelasan sebagai berikut :

1. *Store Atmosphere* sebagai variabel independen (X_1)

Pengertian *store atmosphere* menurut Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2015:545) 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.

2. Lokasi sebagai variabel independen (X_2)

Menurut Ratih Hurriyati (2016:56) Tempat (*place*) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

3. Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen (Y)

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:192) menyatakan 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

Berdasarkan pengertian dari ketiga variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini, peneliti akan menetapkan sub variabel yang kemudian dikembangkan menjadi suatu indikator. Selanjutnya indikator-indikator tersebut akan dikembangkan lagi menjadi suatu item pernyataan atau pertanyaan yang akan digunakan didalam pembuatan kuesioner atau pra survey. Untuk mengetahui lebih jelas tentang operasional variabel penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p>Lokasi (X₂)</p> <p>Tempat (<i>place</i>) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.</p> <p>Ratih Hurriyati (2016:56)</p>	Akses	Kemudahan lokasi Kopi Ruang Hati untuk dijangkau	Tingkat kemudahan lokasi Kopi Ruang Hati untuk dijangkau	Ordinal	1
		Tersedianya transportasi umum menuju lokasi Kopi Ruang Hati	Tingkat tersedianya transportasi umum menuju lokasi Kopi Ruang Hati	Ordinal	2
	Vasibilitas	Kemudahan menemukan lokasi Kopi Ruang Hati	Tingkat Kemudahan menemukan lokasi Kopi Ruang Hati	Ordinal	3
		Mudahnya jalan masuk menuju Kopi Ruang Hati	Tingkat Mudahnya jalan masuk menuju Kopi Ruang Hati	Ordinal	4
	Lalu lintas	Lalu lintas di sekitar lokasi Kopi Ruang Hati lancar	Tingkat kelancaran Lalu lintas di sekitar lokasi Kopi Ruang Hati	Ordinal	5
		Tersedianya rambu lalu lintas di sekitar lokasi Kopi Ruang Hati	Tingkat ketersedianya rambu lalu lintas di sekitar lokasi Kopi Ruang Hati	Ordinal	6
	Tempat Parkir	Tempat parkir di Kopi Ruang Hati aman	Tingkat keamanan tempat parkir di Kopi Ruang Hati	Ordinal	7
		Tempat parkir di Kopi Ruang Hati luas	Tingkat ketersediaan lahan parkir yang luas di Kopi Ruang Hati	Ordinal	8

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p>Store Atmosphere (X₁)</p> <p><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.</p> <p>Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2015:545)</p>	Exterior (bagian Depan toko)	Logo <i>cafe</i> /toko menarik	Tingkat daya tarik Logo <i>cafe</i> /toko menarik	Ordinal	9
		Bangunan luar <i>cafe</i> /toko menarik	Tingkat daya tarik bangunan luar <i>cafe</i> /toko menarik	Ordinal	10
	General Interior (bagian dalam toko)	Pencahayaan	Tingkat pencahayaan	Ordinal	11
		Kecocokan musik	Tingkat kecocokan musik	Ordinal	12
		Kecocokan aroma ruangan	Tingkat Kecocokan aroma ruangan	Ordinal	13
	Store Layout (tata letak toko)	Kesejukan	Tingkat kesejukan	Ordinal	14
		Ketepatan jarak antar meja	Tingkat Ketepatan jarak antar meja	Ordinal	15
	Interior Display (Barang dalam toko)	Ketersediaan ruang arus pengunjung	Tingkat Ketersediaan ruang arus pengunjung	Ordinal	16
		Kelengkapan petunjuk ruangan	Tingkat Kelengkapan petunjuk ruangan	Ordinal	17
	Keputusan Pembelian	Pemilihan Produk	Ketersediaan poster	Tingkat ketersediaan poster	Ordinal
Memilih produk berdasarkan keunikan produk dan menariknya produk			Tingkat memilih produk berdasarkan keunikan produk dan menariknya produk	Ordinal	19
Keputusan Pembelian	Pemilihan Produk	Memilih produk berdasarkan kualitas produk	Tingkat memilih produk berdasarkan kualitas produk	Ordinal	20
		Keputusan pembelian dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk prefensi antar merek dalam kumpulan pilihan, konsumen mungkin juga membentuk			

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:192)	Pemilihan merek	Melakukan pembelian karena adanya pengaruh kepopuleran nama Kopi Ruang Hati di kota Bandung	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan popularitas kafe Kopi Ruang Hati di Kota Bandung	Ordinal	21
		Melakukan pembelian berdasarkan citra kafe Kopi Ruang Hati yang baik dibandingkan kafe lainnya	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan citra kafe Kopi Ruang Hati 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

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		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 : Pengolahan Data Peneliti, 2020

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam setiap penelitian 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 menggunakan sebagian dari jumlah pengunjung yang akan diteliti. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan yang dilakukan untuk populasi.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian, yang di dalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui. Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian karena populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian.

Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah jumlah pengunjung yang mendatangi Kopi Ruang Hati selama satu tahun terakhir. Selama penelitian tersebut, jumlah konsumen yang ada di Kopi Ruang Hati dapat dilihat dalam Tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2
Jumlah Pengunjung Kopi Ruang Hati Periode 1 Tahun Dari Bulan Januari – Desember 2021

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	842
2	Februari	814
3	Maret	856
4	April	789

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
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 : Kopi Ruang Hati

Berdasarkan tabel 3.2 yang dijadikan penulis menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Kopi Ruang Hati mengalami naik turun setiap bulannya. Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan pengunjungnya selama periode bulan Januari Desember 2021 yaitu sebanyak $9.903/12\text{bulan} = 825$ orang. Jumlah dibagi 12 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari Kopi Ruang Hati Bandung.

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti yang hasilnya mewakili keseluruhan masalah yang diamati. Sugiyono (2017:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam menentukan sampel, penulis menggunakan rumus *Slovin*, sebagai alat untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang relatif besar. Rata-rata pengunjung yang datang ke Kopi Ruang Hati sebanyak 825 pengunjung

selama periode 1 tahun, yang di dapatkan dari data yang diberikan dan survey yang dilakukan. Untuk lebih jelas berikut rumus Slovin, ukuran sampel dapat di hitung sebagai berikut :

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

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Populasi

E : Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam *sampling* ini adalah sebesar 10%)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

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

Jadi di ketahui perhitungan untuk sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 90 responden. Kuesioner disebarkan kepada responden sampel penelitian kepada konsumen yang akan melakukan pembayaran atau pembelian di Kopi Ruang Hati.

Menurut Sugiyono (2017:81) mengemukakan teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunkanan. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik *sampling* yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang samabagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik *non probability sampling* penelitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling*, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data yang diperlukan oleh peneliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena memiliki tujuan memperoleh data yang dibutuhkan (Sugiyono 2016:137). 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 survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari :

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Menurut sugiyono (2017:203) obeservasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada pemilik Kopi Ruang Hati di Jalan. Dipati Ukur No.108, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian. 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 merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada pengunjung kafe Kopi Ruang Hati. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai kualitas produk, harga produk dan keputusan pembelian pada Kopi Ruang Hati. 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.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

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

mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti oleh peneliti tersebut.

a. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian dianggap relevan dengan topik pendidikan.

b. Internet

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

3.5 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 Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaiannya antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Sugiyono (2017:384) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrument yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya.

Untuk mencari nilai validitas dari semua item yang akan diteliti, penulis akan mengkorelasikan antara skor item dengan item-item variabel. Apabila korelasi yang dihasilkan sama atau diatas 0,3 maka item yang diteliti dinyatakan valid, tetapi apabila nilai korelasinya dibawah 0,3 maka dinyatakan tidak valid. Dalam mencari nilai korelasi maka penulis akan melakukan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus 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 C dan Variabel Y

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

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

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:130) menyatakan uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dengan kata lain uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji coba instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien *reliabilitas* bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,7 Sugiyono, (2016:121).

3.5.3 *Method of Successive Interval (MSI)*

Method of successive interval merupakan metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Data yang penulis peroleh dari hasil penyebaran kuesioner masih merupakan data ordinal yang masih harus ditransformasikan menjadi data interval untuk memenuhi syarat statistika parametrik dengan analisis regresi dan analisis korelasi untuk menganalisis dan mengkaji rumusan masalah penelitian. Maka dari itu peneliti menggunakan *method of successive interval (MSI)* untuk tranformasi data ordinal menjadi data interval. Berikut ini penulis sajikan langkah-langkah menganalisis data dengan *method of successive interval (MSI)* :

1. Perhatikan nilai jawaban responden dari setiap pernyataan dalam kuesioner
2. Untuk setiap pernyataan tersebut, lakukan perhitungan ada berapa responden yang menjawab pernyataan dengan skor 1, 2, 3, 4, dan 5 disebut dengan frekuensi
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya jumlah responden dan hasilnya disebut dengan proporsi
4. Kemudian hitung proporsi kumulatifnya
5. Dengan menggunakan tabel normal, dihitung nilai distribusi normal (Z) untuk setiap frekuensi kumulatif yang diperoleh
6. Tentukan densitas normal yang sesuai dengan nilai Z
7. Menghitung *Scale Value* (SV) dengan rumus :

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

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. Melakukan tranformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai skala interval dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = Sv + [SV \text{ min}]$$

Catatan, nilai Sv terkecil atau nilai negatif terbesar diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Pengelolaan dan analisis informasi serta data dalam penelitian ini dikumpulkan dan diolah secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sifat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka penulis melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh penulis, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1 , X_2) terhadap variabel dependen (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap *store atmosphere* (suasana toko), lokasi dan keputusan pembelian pada Kopi Ruang Hati. Dimana setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot/nilai yang berbedabeda.

Setiap pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan

untuk pertanyaan positif dan negatif menurut Sugiyono (2015:13) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban pertanyaan	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
1. SS (Sangat Setuju)	5	1
2. S (Setuju)	4	2
3. KS (Kurang Setuju)	3	3
4. TS (Tidak Setuju)	2	4
5. STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber : Sugiyono (2017:94)

Setiap pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel independen dan variabel dependen) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala likert. Untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya penulis membuat garis kontinum.

$$NJI \text{ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut :

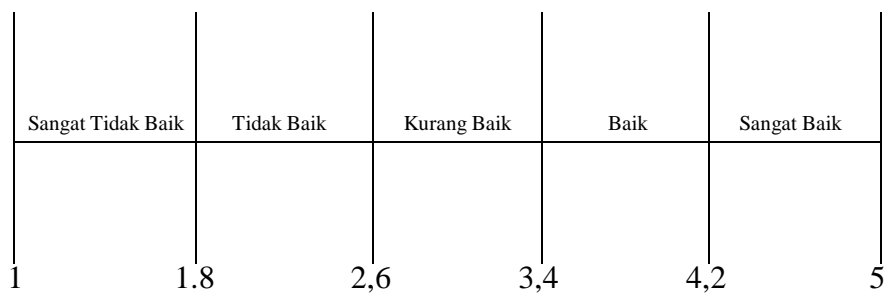
Table 3.4
Kategori Skala

No	Kategori	Skala
1	Sangat Tidak Setuju	1,00-1,80
2	Tidak Setuju	1,81-2,60

3	Kurang Setuju	2,61-3,40
4	Setuju	3,41-4,20
5	Sangat Setuju	4,21-5,00

Sumber : Sugiyono (2017:97)

- Indeks minimum : 1
- Indeks maksimum : 5
- Interval : $5 - 1 = 4$
- Jarak interval : $\frac{5-1}{5} = 0.8$



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2017:55) analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji suatu kebenaran pada sebuah hipotesis. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Store Atmosphere* (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan

menggunakan analisis regresi linear berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan sebagai berikut.

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* (X_1), Lokasi (X_2) 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 menurut Sugiyono (2017:275), sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

a = Bilangan konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi *store atmosphere* dan lokasi

X_1 = Variabel bebas (*store atmosphere*)

X_2 = Variabel bebas (lokasi)

e = Error atau faktor gangguan lain

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X1 (*store atmosphere*), X2 (lokasi) secara simultan dengan variabel Y (keputusan pembelian), dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

r^2 = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat regresi

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

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 hubungan antara variabel dikatakan negatif

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Angka korelasi berkisar antara -1 sd +1, semakin mendekati 1 maka korelasi semakin mendekati sempurna, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.5
Tafsiran Besarnya Koefisien Korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2017 : 184)

3.6.2.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh *Store Atmosphere* (X_1), Lokasi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Untuk melihat besarnya pengaruh *Store Atmosphere* (X_1), Lokasi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), biasanya akan dinyatakan dalam bentuk persen (%). Berikut ini adalah rumus koefisien determinasi yaitu:

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

Dimana :

Kd = Koefisien Determinasi (seberapa besar pengaruh variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel (X))

r^2 = Besarnya koefisien korelasi Ganda

Kriteria-kriteria untuk analisis Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika KD mendekati (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan lemah.
- b. Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan kuat.

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel X_1 (*Store Atmosphere*), X_2 (Lokasi), dan

Y (Keputusan Pembelian), dengan menggunakan uji simultan atau keseluruhan sebagai berikut.

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian yang menjadi variabel independen yaitu kualitas produk dan harga produk sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian dengan objek penelitiannya yaitu Kopi Ruang Hati. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. $H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *store atmosphere* dan lokasi produk terhadap keputusan pembelian pada Kopi Ruang Hati.
- b. $H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh *store atmosphere* dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Kopi Ruang Hati.

Untuk mengetahui tingkat signifikannya secara simultan, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji F, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F table $(n-k-1)$ = derajat kebebasan.

Dari perhitungan tersebut dapat diketahui distribusi F dengan pembilang K

dan penyebut dk (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut:

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

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

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji hipotesis parsial dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya taupun tidak. Untuk uji hipotesis parsial, pengujian ini akan dilakukan melalui uji t, untuk menghitung tingkat signifikannya menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Dalam pengujian yang dilakukan pada penelitian ini, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Dengan rancangan hipotesis untuk uji t adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian
 - a. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian
 - b. $H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian
2. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian
 - a. $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian
 - b. $H_a : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Apabila pengujian telah dilakukan, maka hasil dari pengujian ini akan dibandingkan dengan tabel, dengan ketentuannya sebagai berikut:

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

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrument untuk pengumpulan data atau informasi yang telah dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi beberapa pernyataan mengenai variabel kualitas produk, harga produk, dan keputusan pembelian sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel. Namun di Bab 1 mengenai penelitian pendahuluan dalam penelitian ini masih menggunakan bauran pemasaran. Kuesioner ini bersifat tertutup, pernyataan membawa responden ke jawaban alternative yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang menjadi objek penelitian yaitu Kopi Ruang Hati di Jalan. Dipati Ukur No.108, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132. Adapun waktu untuk menyelesaikan penelitian ini terhitung mulai dari tanggal 15 Desember 2020.