

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat yang didalam pencapaian suatu tujuannya berguna untuk memecahkan masalah-masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu cara ilmiah yang memiliki kegunaan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:11) menjelaskan penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain yang diteliti dan di analisis sehingga menghasilkan kesimpulan.

Metode penelitian deskriptif yang digunakan peneliti dalam penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah pada nomor satu, nomor dua, dan nomor tiga, yaitu bagaimana tanggapan konsumen terhadap media sosial Gerobak Kopi Jenggo, bagaimana tanggapan konsumen terhadap suasana Gerobak Kopi Jenggo, dan bagaimana tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian di Gerobak Kopi Jenggo. Kemudian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:11) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba

menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistic.

Metode penelitian verifikatif digunakan penelitian untuk menjawab rumusan masalah nomor satu sampai tiga yaitu seberapa besar pengaruh media sosial, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Gerobak Kopi Jenggo secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel-variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil dari perumusan masalah.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:38). Variabel tersebut berupa variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2017:39) variabel bebas (independent) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjawab sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent, dikonotasikan dengan simbol X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Media Sosial (X1), Suasana Toko (X2),

Sedangkan untuk variabel terikat (dependent) menurut Sugiyono (2017:39) yang dimaksud variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (dependent). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian dan dikonotasikan dengan huruf (Y). Berikut ini definisi dari setiap variabel pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

a. Media Sosial (X1)

Media sosial menurut Kotler dan Keller (2016:642) *“Social media are a means for consumers to share text, image, audio, and video information with each other and with companies, and vice versa”*.

b. Suasana Toko (Store Atmosphere) (X2)

Suasana toko menurut Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2017:528) menyatakan bahwa: “Suasana toko meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, pajangan barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli.”

c. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian menurut Kotler dan 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”*.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan pengertian dari ketiga variabel yaitu Media Sosial, Suasana Toko dan Keputusan Pembelian yang akan diteliti diatas. Penelitian menetapkan sub variabel, kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator yang dijadikan sebagai item-item pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuisisioner. Agar lebih jelas mengenai operasional variabelnya, maka dapat dilihat tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
Media Sosial (X1) “ <i>Social media are a means for consumers to share text, images, audio, and video information with each other and with companies, and vice versa</i> ” Kotler dan Kevin Keller (2016:642)	<i>Social Presence</i>	Interaksi	Tingkat interaksi media sosial cafe dengan konsumen	ordinal	1
			Tingkat kemudahan dalam menyampaikan ide	Ordinal	2
	<i>Media Richness</i>	Informasi produk	Tingkat keyakinan informasi	Ordinal	3
			Tingkat kemudahan mendapatkan informasi	Ordinal	4
	<i>Self Disclosure</i>	pengungkapan	Tingkat penyampaian perasaan terhadap produk melalui media sosial	Ordinal	5
			Tingkat konsumsi	Ordinal	6

Variabel/ Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
			melalui media sosial		
Suasana Toko (X2) “Suasana toko meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, pajangan barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli.” Berman dan Evan dialih bahasakan oleh Lina Salim (2014:528)	<i>Eksterior</i> (Bagian Depan Toko)	Kejelasan papan nama cafe	Tingkat kejelasan papan nama cafe	Ordinal	7
		Pintu masuk cafe	Tingkat keluasaan pintu masuk cafe	Ordinal	8
	<i>General Interior</i> (Bagian Dalam Toko)	Pencahayaan ruangan	Tingkat pencahayaan ruangan	Ordinal	9
		Pengaturan suhu udara	Tingkat pengaturan suhu udara	Ordinal	10
		Pemeliharaan kebersihan ruangan cafe	Tingkat kebersihan ruangan cafe	Ordinal	11
	<i>Store Layout</i> (Tata Letak Toko)	Fasilitas ruangan untuk konsumen	Tingkat kenyamanan fasilitas ruangan untuk konsumen	Ordinal	12
		Penataan ruangan	Tingkat penataan ruangan	Ordinal	13
	<i>Interior Display</i> (Pemajangan Informasi)	Informasi yang jelas mengenai event produk	Tingkat kejelasan informasi	Ordinal	14
		Kemenarikan pajangan dekorasi ruangan	Tingkat kemenarikan pajangan dekorasi ruangan	Ordinal	15
Keputusan Pembelian (Y)	<i>Product Choice</i>	Keputusan pembelian	Tingkat pemilihan produk	Ordinal	16

Variabel/ Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item	
<p>“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”. Kotler dan Keller (2016:192)</p>		berdasarkan produk	Gerobak Kopi Jenggo berdasarkan kebutuhan			
			Tingkat keberagaman produk	Ordinal	17	
	<i>Brand Choice</i>	Keputusan pembelian berdasarkan kepercayaan cafe	Tingkat kepercayaan konsumen kepada Gerobak Kopi Jenggo	Ordinal	18	
		Keputusan pembelian berdasarkan popularitas cafe	Tingkat ke popularitasan cafe	Ordinal	19	
	<i>Dealer Choice</i>	Pemilihan penyalur produk Gerobak Kopi Jenggo	Tingkat ketersediaan produk Gerobak Kopi Jenggo	Ordinal	20	
		Keputusan Pembelian berdasarkan tempat atau lokasi	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan tempat atau lokasi	Ordinal	21	
	<i>Purchase Amount</i>	Keputusan pembelian berdasarkan jumlah kebutuhan pembelian	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan jumlah kebutuhan pembelian	Ordinal	22	
	<i>Purchase Timing</i>	Keputusan pembelian berdasarkan waktu pembelian produk	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan waktu pembelian produk	Ordinal	23	

Variabel/ Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
	<i>Payment Method</i>	Keputusan pembelian berdasarkan alat pembayaran yang disediakan	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan alat pembayaran yang disediakan	Ordinal	24

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat diteliti dan dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data, dan untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian serta jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai suatu wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang dan kemudian membeli produk atau jasa yang ditawarkan serta berinteraksi di cafe Gerobak Kopi Jenggo, adapun jumlah data pengunjungnya sebagai berikut:

Tabel 3.2
Jumlah Data Pengunjung Gerobak Kopi Jenggo

No	Bulan	Jumlah pengunjung
1	Juli	1.053
2	Agustus	924
3	September	898
4	Oktober	874
5	November	965
6	Desember	1.248
7	Januari	1.137
8	Februari	936
9	Maret	0
10	April	134
11	Mei	259
12	Juni	473
TOTAL		8.901
Rata-rata		741,75

Sumber: Gerobak Kopi Jenggo

Berdasarkan tabel 3.2 menunjukkan bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 8.901 orang yang didapat dari jumlah pengunjung di Gerobak Kopi Jenggo pada bulan Juli 2019-Juni 2020 lalu diambil rata-rata jumlah pengunjung sebanyak 8.901 dibagi 12 (Juli 2019-Juni 2020) dengan hasil sebesar 741,75 dan dibulatkan menjadi 742 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel merupakan salah

satu unsur dari populasi yang hendak dijadikan suatu objek penelitian. Apabila penelitian menggunakan sampel, maka yang bisa didapat yaitu ciri-ciri sampel yang diharapkan bisa menaksir ciri-ciri populasi. Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan terbatas hanya sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul sangat representatif (benar-benar mewakili). Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, yang dapat ditunjukkan sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 742 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratannya sebesar 90%. Sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut dengan menggunakan rumus slovin adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{742}{1 + (742)(0,1)^2} \\
 &= 88,123 \\
 &= \text{Dibulatkan menjadi } 89
 \end{aligned}$$

Jadi dari hasil perhitungan berdasarkan perhitungan slovin, ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 88,123 dibulatkan menjadi 89 orang responden dengan tingkat kesalahan 10% atau dengan tingkat keakuratan sebesar 90%.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2017:81) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu probability sampling dan non probability sampling.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling. Teknik non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:82). Teknik non probability sampling terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, sampling incidental, sampling jenuh snow ball sampling. Teknik non probability yang dipilih yaitu sampling incidental. Secara spesifik teknik ini menentukan sampel berdasarkan kebetulan, sampling incidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan

kebetulan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dan dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:85).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, antara lain yaitu:

1. Penelitian Lapangan (Field Research)

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

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono 2017:145). Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di Gerobak Kopi Jenggo.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan fenomena ataupun permasalahan yang harus diteliti dalam perusahaan dan bila peneliti ingin mengetahui hal-hal mendalam yang bisa didapatkan dari responden dan juga jumlah responden kecil/sedikit

(Sugiyono,2017:137). Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan Manajer Operasional di Gerobak Kopi Jenggo.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017:142). Kuesioner akan diberikan kepada pengunjung Gerobak Kopi Jenggo. 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,Media Sosial, Suasana Toko dan Keputusan Pembelian di Gerobak Kopi Jenggo Penelitian 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 literature adalah usaha untuk menggunakan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu jurnal penelitian, internet dan buku-buku yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

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. 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 dengan Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2017:140)

3.5.1 Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Instrumen penelitian yang biasa digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian.

Keabsahan hasil dari suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh suatu alat ukur yang digunakan, alat pengukuran yang digunakan tersebut yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian

pertanyaan-pertanyaan kepada responden yang menjadi objek penelitian untuk membantu memberikan informasi kepada peneliti, pada penelitian yang sedang dilakukan. Uji instrumen di sini adalah dengan menggunakan uji validitas (test of validity) dan uji reliabilitas (test of reliability).

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 pernyataan variabel. 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, digunakan rumus pearson product moment sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2017:183)

Keterangan:

r_{xy} = Koefesien r product moment

r = Koefesien validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item y = Skor total instrumen

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

Σx = Jumlah hasil pengamatan variabel

Σy = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

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

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

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

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 tidak 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 (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk di uji reliabilitas.

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2017:130).

Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan jika hasil pengukuran yang dilakukan relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah split-half method (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pertanyaan genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus spearman brown, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

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

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

Dimana :

r = koefisien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = variabel nomor genap

ΣA = jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = jumlah skor belahan genap

ΣA^2 = jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣB^2 = jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

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

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

Sumber: Sugiyono (2017:131)

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 atau tidak dapat diandalkan.

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.

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 masuk pada kategori apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian. 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 dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor yaitu berikut ini:

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

Dimana:

Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

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

Maka dapat kita tentukan kategori skala sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kategori Skala

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

Sumber: Sugiyono (2017:165)

Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Kurang Baik	Baik	Sangat Baik

Gambar 3.1
Garis Kontinum

- 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 dengan menggunakan perhitungan statistik. Analisis verifikatif yaitu model penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017:169). Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut ini:

3.5.3.1 Uji Method of Succesive Interval (Uji MSI)

Data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "Method of Succesive Interval".

Menurut Umi Narimawati, dkk (2014:57) langkah-langkah untuk melakukan transformasi data, dari data ordinal menjadi data interval adalah sebagai berikut:

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
3. Menghitung nilai z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 30 , maka data dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai z pada rumus distribusi normal.

5. Menghitung nilai skala dengan rumus Method Of Successive Interval, dengan rumus:

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

keterangan :

SV(Scala 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

6. Menggunakan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus:

$$Y = SV + (\text{Nilai Skala} + 1)$$

3.5.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Media Sosial (X1), Suasana Toko (X2) dan Terhadap Keputusan Pembelian (Y). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2017:188)

Dimana :

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian) a = Bilangan konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi Suasana toko, dan Media sosial X1 = Variabel bebas (Media Sosial)

X2 = Variabel bebas (Suasana Toko)

e = Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian selain Suasana Toko, dan Media Sosial.

3.5.3.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel Media Sosial (X1), Suasana Toko (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dengan rumus, yaitu:

$$r^2 = \frac{JK(Reg)}{\Sigma Y^2}$$

Dimana :

r^2 = Koefisien korelasi berganda

JK(reg) = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total korelasi

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2, dan variabel Y, semua positif sempurna

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel negatif Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada table 3.10 dibawah ini :

Tabel 3.5
Taksiran 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 (2017:180)

3.5.3.4 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Hipotesis adalah kesimpulan sementara yang diyakini kebenarannya oleh peneliti terhadap masalah penelitian yang masih bersifat praduga 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 X1 (Media Sosial), X2 (Suasana Toko), dan Y (Keputusan Pembelian).

Uji F digunakan 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 Media Sosial dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian.

$H_1 = \beta_1 \beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh Media Sosial dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian.

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

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

Sumber: Sugiyono (2017:192)

Dimana:

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 :

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ – H_1 diterima (signifikan)

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ – H_1 ditolak (tidak signifikan)

3.5.3.5 Uji Hipotesis Parsial

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistik yaitu:

1. $H_0 : \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian.

2. $H_1 : \beta_1 \neq 0$, terdapat pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian.
3. $H_0 : \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian.
4. $H_1 : \beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian.

Signifikansi 0,1 atau 10% dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus yang akan dijelaskan pada halaman selanjutnya:

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

Sumber: Sugiyono (2017:184)

Dimana :

n = Jumlah sampel

rp = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis thitung dibandingkan tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

Terima H_0 Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ – H_1 ditolak (tidak signifikan)

Tolak H_0 Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ – H_1 diterima (signifikan)

3.5.3.5 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) variabel Media Sosial, dan variabel Suasana Toko terhadap variabel Keputusan Pembelian. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, yaitu

a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda Simultan

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu Media Sosial (X1), dan variabel Suasana Toko (X2) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) secara simultan dan hasilnya berupa persentase (%) dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Dimana :

Kd = Nilai koefisien determinasi

r² = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengalihan yang menyatakan dalam persentase

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu Media Sosial, dan variabel Suasana Toko terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian secara parsial dan hasilnya berupa persentase (%) dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya, yaitu sebagai berikut:

$$\mathbf{KD = B \times Zero\ Order \times 100\%}$$

Dimana :

B = Beta (nilai standarized coefficients)

Zero Order = Matrik Kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana, apabila :

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

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

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data yang dioperasionalisasikan 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 media sosial, suasana toko 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 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 Pelaksanaan

Penelitian untuk penulisan skripsi ini dilakukan penulis di Jl. Raya Barat Cicalengka No.233, Bandung timur, Tenjolaya, Kecamatan Cicalengka, Bandung, Jawa Barat 40395. Adapun waktu menyelesaikan penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus – November 2020.