

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi (*explanatory research*), menurut (Singarimbun dan Effendi, 2016), penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung pada *Sunrise Mall* Mojokerto. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan kuesioner. Skala pengukuran dengan menggunakan *Bipolar Adjective*. Uji validitas menggunakan *Corrected Item Correlation* dan Uji Reliabilitasnya dengan teknik *Cronbach*. Uji Hipotesis menggunakan uji t dan uji  $R^2$ . Uji model penelitian menggunakan Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi dan data diolah dengan menggunakan SPSS.

#### 3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini di lakukan pada pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto, Jl. Benteng Pancasila No.9, Mergelo, Balongsari, Kec. Magersari, Kota Mojokerto. Sedangkan obyek yang di ambil dalam penelitian ini adalah pengaruh *store atmosphere* terhadap *emotional responses*.

### 3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

#### a. Definisi Operasional Variabel

##### 1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

##### 1) *Sight Appeal (X1)*

Mengacu pada konsep dari (Levy & and Weitz, 2001) *Sight Appeal* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pengunjung *Sunrise Mall* tentang stimuli yang berwujud visual atau indera penglihatan yang diterima oleh pengunjung *Sunrise Mall*. Tiga rangsangan dasar adalah ukuran, bentuk, dan warna. Persepsi yang dihasilkan terdiri dari keharmonisan maupun kontras yang menjadi daya tarik tersendiri bagi indera penglihatan. *Sight Appeal* dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut :

##### 1. Ukuran

Persepsi pengunjung *Sunrise Mall* tentang luas *Sunrise Mall*.

##### 2. Bentuk

Persepsi pengunjung *Sunrise Mall* tentang bentuk gedung yang megah.

##### 3. Warna

Warna cat dinding di dalam *Sunrise Mall soft*.

##### 4. Pencahayaan

Pencahayaan di dalam *Sunrise Mall* terang.

2) *Sound Appeal* (X2)

Mengacu pada konsep dari (Levy & and Weitz, 2001), *Sound Appeal* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pengunjung *Sunrise Mall* tentang stimuli suara atau indera pendengaran khususnya yang berfokus pada suara musik yang didengarkan agar suasana (*mood setter*), penarik perhatian (*attention grabbet*). *Sound Appeal* dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Musik

- a) Musik di dalam *Sunrise Mall* rileks.
- b) Musik memiliki musik yang menyenangkan

3) *Scent Appeal* (X3)

Mengacu pada konsep dari (Levy & and Weitz, 2001), *Scent Appeal* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pengunjung tentang stimuli aroma yang diberikan oleh *Sunrise Mall*. *Scent Appeal* dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Aroma di dalam *Sunrise Mall* harum.
2. Aroma di dalam *Sunrise Mall* memiliki aroma *soft*.
3. Aroma di dalam *Sunrise Mall* segar.

2. Variabel Dependen ; *Emotional Responses* (Y)

Mengacu pada konsep (Ike Janita Dewi, 2011) *Emotional Responses* didefinisikan sebagai Upaya untuk membangkitkan respon emosional dari pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto. *Emotional Responses* yang diukur secara umum yang dikembangkan oleh peneliti dengan menggunakan indikator, yaitu :

1. Perasaan senang saat berada di dalam *Sunrise Mall* Mojokerto.
2. Merasa betah berlama-lama di dalam *Sunrise Mall* Mojokerto
3. Perasaan nyaman ketika berada di dalam *Sunrise Mall* Mojokerto.

**Tabel 3.1**

**Kisi- Kisi Pengembangan Instrumen**

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
<i>Sight Appeal</i> (X1)	Ukuran	1. Ukuran <i>Sunrise Mall</i> yang cukup luas	(Levy & and Weitz, 2001)
	Bentuk	2. pengunjung <i>Sunrise Mall</i> tentang bentuk gedung yang megah	
	Warna	3. Warna cat dinding di dalam <i>Sunrise Mall soft</i> 4. Pencahayaan di dalam <i>Sunrise Mall</i> terang	
<i>Sound Appeal</i> (X2)	Alunan Musik,	5. Musik di dalam <i>Sunrise Mall</i> rileks 6. Musik memiliki musik yang menyenangkan	(Levy & and Weitz, 2001)
<i>Scent Appeal</i> (X3)	Aroma	7. Aroma di dalam <i>Sunrise Mall</i> harum. 8. Aroma di dalam <i>Sunrise Mall</i> memiliki aroma yang <i>soft</i> . 9. Aroma di dalam <i>Sunrise Mall</i> memiliki aroma yang segar.	

<i>Emotional Responses</i> (Y)	Tingkat Kesenangan mengunjungi  Tingkat Kenyamanan layanan  Tingkat Kenyamanan yang diciptakan	10. Perasaan senang saat berada di dalam <i>Sunrise Mall</i> Mojokerto 11. Merasa betah berlama-lama di dalam <i>Sunrise Mall</i> Mojokerto 12. Perasaan nyaman ketika berada di dalam <i>Sunrise Mall</i> Mojokerto.	(Ike Janita Dewi, (2011))
--------------------------------	--	---	---------------------------

### 3.4 Uji Coba Instrumen Penelitian

#### 3.4.1 Uji Validitas

Menurut (Umar, 2012), validitas merupakan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur, pada penelitian ini peneliti menggunakan kuisioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuisioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur. Dalam uji validitas ini, penulis menggunakan validitas konstruk (*construct validity*) sehingga menggunakan teknik korelasi item total atau sering disebut juga (*Corrected Item Total Correlation*).

Skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017), penentuan validitas didasarkan atas perbandingan nilai korelasi, produk moment lebih besar dibandingkan dengan 0,3 pada tingkat keyakinan 95% dapat diartikan bahwa item-item tersebut valid (Sugiyono, 2017)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan 2 cara (*two-step*) untuk penyebaran angket. Yang pertama menyebarkan terhadap 30 responden. Hal ini dikarenakan untuk uji coba angket apakah angket tersebut benar dan layak untuk digunakan. Demikian sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden. Berikut hasil uji validitas item pernyataan :

Tabel 3.2  
Hasil Pengujian Validitas

No item	Variable	r hitung	r kritis	Keterangan
1	<i>Sight Appeal</i> (X1)	0.856	0,3	valid
2		0.379		
3		0.902		
4		0.902		
1	<i>Sound Appeal</i> (X2)	0.698	0,3	valid
2		0.698		
1	<i>Scent Appeal</i> (X3)	0.866	0,3	valid
2		0.886		
3		0.949		
1	<i>Emotional Responses</i> (Y)	0.433	0,3	valid
2		0.702		
3		0.596		

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Tabel 3.2 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $> 0,3$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid.

### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Suharsimi, 2012). Dengan rumus:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum a_b^2}{a_1^2} \right]$$

Dimana :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

K= banyaknya butir pertanyaan

$\sum a_b^2$  =varian total

$a_1^2$  = jumlah varian item

Dalam hal ini apabila nilai koefisien  $\alpha > 0,6$ , maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Jika apabila nilai koefisien  $\alpha < 0,6$  maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut tidak reliabel. Proses pengujian dilakukan sebelum penelitian sebenarnya dilakukan.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3  
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien $\alpha$	Keterangan
<i>Sight Appeal</i> (X1)	0,878	0,6	Reliabel
<i>Sound Appeal</i> (X2)	0,822	0,6	Reliabel
<i>Scent Appeal</i> (X3)	0,953	0,6	Reliabel
<i>Emotional Responses</i> (Y)	0,745	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

### 3.5 Skala Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini, peneliti akan memberikan angket kepada pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto dengan maksud untuk memperoleh data yang kemudian dianalisis. Pernyataan yang tertera didalam angket diukur dengan menggunakan skala Bipolar Adjective. Skala Bipolar Adjective merupakan penyempurnaan dari *semantic scale* dengan maksud untuk mendapatkan respon berupa *intervally scaled data* (Ferdinand, 2014). Skala yang digunakan adalah rentang interval 1-10, angka 1 berarti sangat tidak setuju hingga angka 10 berarti sangat setuju.

### 3.6 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai semesta penelitian (Ferdinand, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung *Sunrise Mall* Mojokerto yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

#### b. Sampel

Menurut (Suharsimi, 2012) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penentuan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya adalah menggunakan rumus sebagai berikut (Wibisono, 2003) :

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel

$Z_{\alpha}$  = Nilai yang diperoleh dari tabel normalitas tingkat keyakinan

$e$  = Kesalahan Penarikan Sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini sebesar 95% maka nilai  $Z$  0,05 adalah 1,96 dan standar deviasi ( $\sigma$ )= 0,25. Tingkat kesalahan dalam

penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat ditentukan jumlah sampelnya yaitu:

$$n = \left( \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$= 96,04$$

Jadi berdasarkan perhitungan diatas besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang yang dibulatkan menjadi 97 orang

Teknik *non-probability* merupakan teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini terdiri dari; sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, sampling purposive, sampling jernih dan snowball sampling. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel dengan cara *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat di gunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013).

### **3.7 Jenis Data, Sumber Data, dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.7.1 Jenis Data dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval berupa hasil jawaban responden terhadap pernyataan dalam angket dan data nominal yang berisi tentang karakteristik responden yang mencakup nama responden, jenis kelamin dan pekerjaan responden yang bersumber dari

data primer dan melalui data sekunder berupa studi kepustakaan melalui buku, jurnal, artikel dan internet.

### **3.7.2 Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan angket didalam proses pengumpulan data. angket yang disebarakan berupa pernyataan-pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala Bipolar Adjektive. Angket tersebut berisikan tentang data responden secara demografis dan berisikan pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel penelitian.

## **3.8 Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik adalah uji yang dilakukan untuk menganalisis asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam penggunaan regresi. Model regresi akan menghasilkan penduga yang tidak biasa jika memenuhi asumsi klasik, antara lain Normalitas Data, bebas Multikolinieritas, bebas Autokorelasi, dan bebas Heteroskedastisitas.

### **3.8.1 Uji Normalitas Data**

Kenormalan data diperlukan dalam metode analisis regresi (Baroroh, 2013). Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2015). Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian

tersebut adalah data distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan normal, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ( $P > 0,05$ ). Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ( $P < 0,05$ ), maka data dikatakan tidak normal.

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2015). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- (a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- (b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas

### **3.8.2 Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variable x yang memberikan informasi yang sama tentang variable Y kalau X1 dan X2 berkolinearitas, berarti kedua variabel cukup diwakili satu variable saja. Memakai keduanya merupakan inefisiensi. (Simamora, 2011)

Ada beberapa metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya :

- 1) Dengan menggunakan antar variabel independen. Misalnya ada empat variabel yang diuji dikorelasikan, hasilnya korelasi antara X1 dan X2 sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara X1 dan X2.
- 2) Disamping itu untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *Varian Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai tolerance value  $< 0,01$  atau  $VIF > 10$  maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value*  $> 0,01$  atau  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas. (Simamora, 2011)

### 3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan fenomena ini dimunculkan dari perubahan-perubahan kondisi yang tidak tergambarkan dalam sebuah model regresi. Jika variance dan residual satu pemantauan ke pemantauan lain tetap, maka dinamakan sebagai homoscedastisitas dan bila bertolak belakang disebut heteroskedastisitas.

### 3.8.4 Uji Autokorelasi

Istilah Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode

sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam mendeteksi ada atau tidak nya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-watson (DW test) dengan syarat  $du < DW$  (Ghozali, 2015).

### 3.9 Teknik Analisis Data

#### 3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui deskripsi empiris atau gambaran atas data yang dikumpulkan didalam penelitian (Ferdinand A. , 2014). Data yang diperoleh dari jawaban responden akan diinterpretasikan dengan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2014):

$$\text{Nilai Indeks} = ((\% F1 \times 1) + (\% F2 \times 2) + (\% F3 \times 3) + (\% F4 \times 4) + (\% F5 \times 5) + (\% F6 \times 6) + (\% F7 \times 7) + (\% F8 \times 8) + (\% F9 \times 9) + (\% F10 \times 10)) / 10$$

Berdasarkan rumus diatas jawaban responden berangkat dari angka 1 sampai 10, maka angka indeks akan dimulai dari angka 10 sampai dengan 100 rentang sebesar 90, dengan menggunakan kriteria *three-box method*, maka rentang 90 akan dibagi tiga sehingga menghasilkan rentang sebesar 30 sehingga akan digunakan untuk dasar interpretasi nilai indeks sebagai berikut:

10.00-40 = rendah

40.01-70 = sedang

70.01-100=Tinggi

### 3.9.2 Analisis Regresi Berganda

Menurut (Sugiyono, 2017) mengatakan bahwa analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variable independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *Sight Appeal* (X1), *Sound Appeal* (X2), *Scent Appeal* (X3) dan *Emotional Responses* (Y). Persamaan Regresi linier sedehana menggunakan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Emotional Responses

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regres *Sight Appeal*, *Sound Appeal*, *Scent Appeal*

$X_1$  = *Sight Appeal*

$X_2$  = *Sound Appeal*

$X_3$  = *Scent Appeal*

$\epsilon$  = standar error

### 3.10 Pengujian Hipotesis

Pengujian dilakukan dengan t-test, bilamana diperoleh p-value  $\leq 0.05$  (Alpha 5%), maka dapat disimpulkan signifikan dan begitu pula sebaliknya (Solimun, 2017).

#### 3.10.1 R – Squared Coeficients

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dan proporsi variasi dari variabel dependen yang diterangkan oleh variasi dari variabel-variabel independennya. Jika  $R^2$  yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan semakin besar maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin besar untuk menerangkan variabel dependennya.