

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data dengan cara kuesioner serta dokumentasi. Dengan menggunakan skala pengukuran Likert. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu responden diberi pertanyaan dalam bentuk angket atau kuesioner, dengan demikian sumber datanya adalah data primer yaitu diambil langsung dari sampel dan dikumpulkan secara langsung.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

3.2.1 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah konsumen Ayu Cita By Monokrom.

3.2.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan oleh konsumen Ayu Cita By Monokrom yang merasakan pengaruh *store atmosphere* dan *lifestyle* untuk melakukan keputusan pembelian di Ayu Cita By Monokrom.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.3.1 Variabel Penelitian

Variable pada penelitian ini terdiri dari variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Pembelian dan variable bebas (X) yaitu *Store Atmosphere* (X1) dan *Lifestyle* (X2)

3.3.2 Definisi Operasional

1. *Store atmosphere* (X1)

Mengacu pada konsep Utami (2010) *Store atmosphere* didefinisikan bahwa desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi – wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang. Penelitian ini menggunakan indikator dari Berman dan Evans (2010) yaitu *Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display*.

2. *Lifestyle* (X2)

Menurut Kotler dan Keller (2009), Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.

Penelitian ini menggunakan indikator (Mandey, 2009) yaitu : kegiatan, minat, opini.

3. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler & Armstrong (2008) Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian menggunakan indikator dari (Kotler & Keller, 2008) yaitu Pengenalan masalah, Pencari informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, Perilaku pasca pembelian.

Dibawah ini dicantumkan instrument penelitian sebagai pengukuran dan pengumpulan data dalam kegiatan penelitian. Instrument penelitian ini di sajikan dalam dalam bentuk table sebagai berikut :

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
<i>Store Atmosphere</i> (X1)	<i>Exterior</i>	1. Kombinasi tampilan luar toko sangat menarik pengunjung	Berman dan Evan (2010)
	<i>General Interior</i>	2. Lampu terang membuat saya nyaman berbelanja di Ayu Citra By Monokrom 3. Musik membuat suasana toko semakin asik	
	<i>Store Layout</i>	4. Penataan produk sangat rapi sehing memudahkan saya dalam berbelanja 5. Ruang ganti di Ayu Citra By Monokrom bersih dan nyaman	
	<i>Interior Display</i>	6. Tanda petunjuk lokasi sangat jelas, seperti petunjuk letak kasir, ruang ganti 7. Display produk pada manekin sangat menarik dan bisa menjadi inspirasi fashion	
<i>Lifestyle</i> (X2)	Kegiatan	8. Saya sangat suka berbelanja produk <i>fashion</i>	(Mandey, 2009)
	Minat	9. Saya sering berbelanja produk <i>fashion</i> di Ayu Citra By Monokrom	

Lanjutan Tabel 3.1

	Opini	10. Produk yang ditawarkan di Ayu Citra By Monokrom sesuai dengan konsumen yang selalu mengikuti <i>trend</i>	
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	11. Saya membutuhkan produk fashion yang selalu mengikuti <i>trend</i>	(Kotler & Keller, 2008)
	Pencarian Informasi	12. Saya mencari informasi produk <i>fashion</i> di beberapa <i>store fashion</i> di Jombang	
	Evaluasi Alternatif	13. Ayu Citra By Monokrom merupakan tempat yang cocok untuk berbelanja <i>fashion</i> kekinian dibandingkan dengan <i>store fashion</i> yang lain	
	Keputusan Pembelian	14. Saya memutuskan membeli produk <i>fashion</i> di Ayu Citra By Monokrom	

Sumber : Berman dan Evan (2010), (Mandey, 2009), (Kotler & Keller, 2008)

3.3.3 Skala Pengukuran Variabel

Pengisian angket dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert menurut adalah “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial” (Sugiyono, 2013). Untuk jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan tidak mendukung pernyataan. Skor atas

pilihan jawaban untuk angket yang diajukan untuk pernyataan positif dan negatif adalah sebagai berikut :

- a. Skor 5, dengan katagori Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4, dengan kategori Setuju (S)
- c. Skor 3, dengan kategori Netral (N)
- d. Skor 2, dengan kategori Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1, dengan kategori Sangat Tidak Setuju (STS)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 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, 2013). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Ayu Cita By Monokrom yang jumlahnya tidak diketahui.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Ayu Cita By Monokrom. Pengambilan responden dilakukan dengan teknik *sampling insidental*, yang dimana populasi dipenelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut (Sugiyono, 2010), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebgai berikut :

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

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

Z_{α} : Nilai yang didapat dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e : Kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai $Z_{0.05}$ adalah 1,96 , dan standart deviasi (α) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%/0,05 maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel dibutuhkan, yaitu :

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

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan sampel dibulatkan menjadi 100 orang.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling insidental*. *Sampling insidental* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara bertemu dengan peneliti

dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013)

3.5 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Sugiyono, 2013). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran angket kepada konsumen Ayu Citra By Monokrom Jombang

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh secara tidak langsung. Berupa pengumpulan data yang didapat dari penelitian terdahulu, referensi dan studi kepustakaan, adapun data pendukung adalah dokumentasi dari obyek penelitian yaitu, sejarah perusahaan.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode pengumpulan data kuesioner (angket). Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013). Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka, yaitu dari pertanyaan-pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden. Dan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap

pertanyaan. Dalam hal ini teknik pengumpulan informasi dan datanya dilakukan pada konsumen Ayu Cita By Monokrom.

1. Dokumentasi

Mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, majalah dan internet yang memiliki relevan dengan penelitian serta dokumentasi pendukung yaitu sejarah perusahaan.

2. Angket

Merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan menjawab sebuah pilihan jawaban secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penyelidikan. Dalam hal ini pengumpulan data dilakukan di konsumen Ayu Cita By Monokrom

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Pengukuran uji validitas menggunakan analisis faktor yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat (Sugiyono, 2013)

Adapun uji coba validitas dengan sampel sebanyak 30 responden, dengan hasil uji validitas instrumen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2
Uji Validitas

No Item	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	<i>Store Atmosphere (X1)</i>	0,652	0,3	Valid
2		0,437	0,3	Valid
3		0,658	0,3	Valid
4		0,551	0,3	Valid
5		0,722	0,3	Valid
6		0,691	0,3	Valid
7		0,677	0,3	Valid
1	<i>Lifestyle (X2)</i>	0,691	0,3	Valid
2		0,720	0,3	Valid
3		0,679	0,3	Valid
1	Keputusan Pembelian (Y)	0,806	0,3	Valid
2		0,592	0,3	Valid
3		0,773	0,3	Valid
4		0,771	0,3	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

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

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Buktir kuesioner dikatakan reliabil jika *cronbach's alpha* >0,06 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* < 0,06 (Ghozali, 2012)

Adapun uji coba reabilitas sampel 30 responden, dengan hasil uji reabilitas instrumen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.3
Uji Reabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
X1	0,779	0,6	Reliabel
X2	0,677	0,6	Reliabel
Y	0,713	0,6	Reliabel

Sumber ; data primer diolah 2021

Table 3.4 menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai >0,6 sehingga dapat disimpulkan semua variabel reliabel dan layak dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur penelitian ini

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah stastistik yang digunakan untuk menganalisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum ata generalisasi (Sugiyono, 2013). Analisis deskriptif dipergunakan untuk mengetahui ferekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir

pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Rentan Skor} &= \frac{\text{nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{jumlah kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8\end{aligned}$$

1. 1,0 – 1,8 = Sangat Buruk
2. 1,8 – 2,6 = Buruk
3. 2,6 – 3,4 = Cukup
4. 3,4 – 4,2 = Baik
5. 4,2 – 5,0 = Sangat Baik

3.7.2 Analisis Inferensial

Analisis inferensial sering juga disebut statistik inferensial atau statistik probabilitas, adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Analisis ini akan cocok digunakan bila sampel diambil dari populasi yang jelas, dan teknik pengambilan sampel dari populasi itu dilakukan secara random

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda yang digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai fakto dimanipulasi (Sugiyono, 2013)

Berikut ini persamaan regresi lineire berganda :

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1 = *Store Atmosphere*

X2 = *Lifestyle*

b1,b2 = Parameter koefisien regresi variabel bebas

e = Standar Error

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan awal yang diggunakan sebelum analisis linier berganda (Ghozali, 2012). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang di gunakan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskesdastisitas.

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan terhadap terhadap data

penelitian dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui signifikansi data terdistribusi normal jika nilai lebih dari 0,05 (Ghozali, 2012)

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi dengan variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance influe factor* (VIF) dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance $< 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas.
- b. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas (Ghozali, 2012)

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residua satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menganalisis terjadinya masalah heteroskedastisitas, dilakukan dengan menganalisis grafik *scatter plot* dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika sebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya berbeda di atas dan di bawah titik o sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

- b. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya hanya berada diatas atau di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terdapat masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2012)

3.8.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional*. Autokorelasi merupakan korelasi *time series* (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika $D - W$ sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika nilai $D - W$ diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi (Ghozali, 2012)

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi-variabel terikat (Ghozali, 2012). Pengujian hipotesis dapat dinyatakan yaitu :

- a. Nilai sig hitung $>$ nilai alpha (0,05), maka H_0 diterima, variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Nilai sig hitung $<$ nilai alpha (0,05), maka H_0 ditolak, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2012)