

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini yaitu persepsi konsumen mengenai *Store Atmosphere* sebagai variabel X dengan beberapa unsur yaitu *Exterior* (Bagian Luar Cafe), *General Interior* (Bagian Umum Cafe), *Store Layout* (Tata Letak Cafe), dan *Interior (Point of Purchase) Displays* serta Minat Beli Ulang sebagai variabel Y. Dengan lokasi penelitian yang dilaksanakan di Mr. K Cafe Gombel Semarang Jalan Setia Budi No.28, Ngesrep, Kec. Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah 50263.

#### 3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Menurut Tuckman dalam Buku Ajar Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia (2018) yang dimaksud dengan populasi adalah sebuah kelompok yang akan menjadi target atau sasaran studi untuk penelitian. Populasi untuk penelitian ini adalah seluruh pelanggan Mr. K Cafe Gombel Semarang.

Menurut Ibd, dkk (2003:64) dalam Buku Ajar Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia (2018) pengertian sampel adalah sebagian dari populasi yang bersifat representatif serta memiliki karakteristik yang sama dengan populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Mr. K Cafe Gombel Semarang.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan pendekatan *non probability sampling* dimana tidak semua anggota populasi mendapat kesempatan untuk dijadikan sampel (Nazir,1999) dalam Intan Rizkia (2014). Dalam menentukan jumlah responden untuk dijadikan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel dengan maksud dan tujuan tertentu karena peneliti menganggap bahwa seseorang tersebut memuat informasi yang dapat digunakan untuk penelitian menurut Nazir (1999) dalam Intan Rizkia (2014). Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini didasarkan pada pedoman Hair et al (1998) dalam Kurniawan (2013) yaitu, bahwa sampel yang diambil minimal 5 kali dari sejumlah

indikator yang digunakan. Pada penelitian ini indikator yang digunakan adalah sejumlah 16 indikator, maka jumlah sampel yang digunakan adalah  $16 \times 5 = 80$  sampel, dengan beberapa karakteristik yaitu:

- a. Responden yang pernah berkunjung ke Mr. K Cafe Gombel Semarang dalam 3 bulan terakhir.
- b. Responden seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian seperti memesan makanan / minuman di Mr. K Cafe Gombel Semarang.
- c. Responden yang berdomisili di daerah kota Semarang.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung. Sumber data primer pada penelitian ini adalah hasil jawaban dari beberapa pertanyaan yang diajukan kepada responden yaitu pengunjung Mr. K Cafe Gombel Semarang dalam bentuk kuesioner yang disebarakan melalui media online yaitu *Google Form*. Kuesionernya sendiri berisi tentang respon konsumen terhadap pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli ulang konsumen pada Mr. K Cafe Gombel Semarang. Daftar pertanyaan pada kuesioner bersifat tertutup, dimana sudah tersedia alternatif jawaban yang dapat dipilih responden.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner dengan skala yang digunakan skala likert yang memuat 5 titik skala yaitu skor 5 : jawaban sangat setuju, 4: jawaban setuju, 3 : jawaban netral, 2 : jawaban tidak setuju, dan 1 : jawaban sangat tidak setuju dengan beberapa pertanyaan yang bersifat tertutup mengenai profil responden, dan pertanyaan yang berkaitan dengan unsur - unsur *store atmosphere* dan faktor - faktor yang mempengaruhi minat beli ulang, kuesioner ini diajukan kepada responden yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Mr. K Cafe Gombel Semarang. Kuesioner akan didistribusikan kepada responden melalui Google form.

### 3.4 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

#### 3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghazali (2009) dalam A.M Kurniawanda (2013) adalah digunakan untuk mengukur sah atau valid tidak nya sebuah kuesioner yang digunakan untuk penelitian. Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan rumus *Product Moment* dari Pearson dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

**keterangan :**

$r$  = Koefisien korelasi antara X dan Y

N = Jumlah sampel

X = Skor yang diperoleh dari seluruh jawaban responden pada item X

Y = Skor yang diperoleh dari seluruh jawaban responden pada item Y

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan membandingkan nilai  $r$  (*corrected item – total correlation*) dengan  $r$  tabel, item pertanyaan dianggap valid jika  $r$  hitung  $\geq$   $r$  tabel. Tingkat signifikansi pada penelitian ini sebesar 5% atau 0.05.

**Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas**

| Variabel Penelitian                 | Indikator | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-------------------------------------|-----------|----------|---------|------------|
| Store Exterior (Bagian Luar)        | x1p1      | 0,486    | 0,220   | Valid      |
|                                     | x1p2      | 0,444    | 0,220   | Valid      |
|                                     | x1p3      | 0,335    | 0,220   | Valid      |
| General Interior (Bagian Dalam)     | x2p1      | 0,247    | 0,220   | Valid      |
|                                     | x2p2      | 0,384    | 0,220   | Valid      |
|                                     | x2p3      | 0,385    | 0,220   | Valid      |
| Store Layout (Tata Letak)           | x3p1      | 0,418    | 0,220   | Valid      |
|                                     | x3p2      | 0,465    | 0,220   | Valid      |
|                                     | x3p3      | 0,252    | 0,220   | Valid      |
|                                     | x3p4      | 0,319    | 0,220   | Valid      |
| Interior Display (Display Interior) | x4p1      | 0,527    | 0,220   | Valid      |
|                                     | x4p2      | 0,352    | 0,220   | Valid      |
| Minat Beli Ulang                    | yp1       | 0,813    | 0,220   | Valid      |
|                                     | yp2       | 0,799    | 0,220   | Valid      |
|                                     | yp3       | 0,864    | 0,220   | Valid      |
|                                     | yp4       | 0,872    | 0,220   | Valid      |

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel menunjukkan hasil r hitung yang lebih besar dari r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap indikator yang digunakan dalam penelitian ini merupakan alat ukur yang tepat untuk mengukur variabel penelitian.

### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Azwar (2009:48) dalam Wicaksono (2019) adalah hasil terjemahan dari kata *reliability* yang memiliki arti keterpercayaan, keterandalan, dan konsistensi, reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Maka uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's alpha* untuk menentukan konsistensi jawaban responden pada semua item pertanyaan dalam kuesioner. Uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1}\right) \left(1 - \frac{\sum s_b^2}{s_t^2}\right)$$



**Keterangan :**

$r_{11}$  = Nilai *Cronbach's alpha*

$n$  = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum s_b^2$  = Jumlah varians skor per item

$s_t^2$  = Varians total

Jika nilai *Cronbach's alpha* > 0,60 maka dapat dikatakan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel, namun jika nilai *Cronbach's alpha* < 0,60 maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

| Reliability Statistic   |                |            |
|-------------------------|----------------|------------|
| Variabel                | Alpha Cronbach | Keterangan |
| <i>Store Exterior</i>   | 0,783          | VALID      |
| <i>General Interior</i> | 0,777          | VALID      |
| <i>Store Layout</i>     | 0,797          | VALID      |
| <i>Interior Display</i> | 0,845          | VALID      |
| Minat Beli Ulang        | 0,826          | VALID      |

Dari tabel 3.2 dapat dilihat bahwa semua variabel mulai dari element *store atmosphere* sampai variabel minat beli ulang memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan adalah reliabel dan konsisten.

### 3.5 Teknik Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis Deskriptif

Alat analisis deskriptif yang digunakan pada penelitian ini adalah dinyatakan dalam bentuk uraian dan tabulasi tas penilaian responden mengenai karakteristik responden, penilaian *store atmosphere* oleh responden, dan minat beli ulang yang akan dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama. Berikut adalah tabel pemetaan bobot penilaian menurut Skala Likert:

**Tabel 3.3 Tabel Bobot Skala Likert**

| Nilai | Keterangan    |
|-------|---------------|
| 5     | Sangat Setuju |
| 4     | Setuju        |
| 3     | Netral        |
| 2     | Tidak Setuju  |
| 1     | Tidak Setuju  |

Setelah mendapatkan rata-rata skor dari masing – masing item pernyataan, maka setelah itu dapat dihitung skor rata-rata akhir dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum (Skor \times f_i)}{\sum n}$$
$$\bar{x}_{total} = \frac{\sum \bar{x}}{\sum pertanyaan}$$

**Keterangan :**

$\bar{x}$  = Skor rata-rata pernyataan

$f_i$  = Frekuensi yang memilih pernyataan ke – i

n = Jumlah responden yang memilih pernyataan tersebut

$X_{tot}$  = Skor rata-rata akhir

Skor = 1: Sangat tidak setuju, 2: Tidak setuju, 3: Netral, 4: Setuju, 5: Sangat setuju

Setelah itu nilai skor rata-rata akhir akan dibandingkan dengan kriteria *Store Atmosphere*. Kriteria yang dipakai disini adalah Rentang Skala (RS) maka untuk mencari Rentang Skala (RS) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$RS = \frac{(m-n)}{b}$$

**Keterangan :**

RS = Rentang Skala

m = Skor tertinggi yang digunakan (skor 5)

n = Skor terendah yang digunakan (skor 1)

b = Jumlah Kelas (5 kelas : sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju)

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus seperti diatas, maka didapatkan hasil panjang Rentang Skala (RS) dengan jumlah 5 kelas adalah sebesar 0,8. Setelah itu kriteria yang diperoleh untuk mengukur penilaian hasil skor rata-rata dapat dikelompokkan sesuai dengan nilai yang didapat seperti bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3 4 Tabel Rentang Skala**

| <b>Rentang Skala</b> | <b>Kategori</b> |
|----------------------|-----------------|
| 1,0 – 1,8            | Sangat Rendah   |
| 1,8 – 2,6            | Rendah          |
| 2,6 – 3,4            | Netral          |
| 3,4 – 4,2            | Tinggi          |
| 4,2 – 5,0            | Sangat Tinggi   |

**3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda adalah model regresi linear yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan variabel independent, apakah masing – masing variabel independen berhubungan secara positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai variabel dependen jika variabel independen nya mengalami kenaikan atau penurunan. Metode analisis linier berganda ini akan diolah menggunakan program computer yaitu SPSS karena memiliki kemampuan olah

data yang akurat. Data yang digunakan bersifat interval atau rasio. Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel X1 (*Store atmosphere*) serta Y (Minat beli ulang). Persamaan regresi linier berganda menurut Sugiyono (2018:188) dalam Gustino (2019) adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + B1 X1 + B2 X2 + B3X3 + B4X4 + BiXi + e$$

**Keterangan :**

- Y = Variabel Terikat (Minat Beli Ulang)
- $\alpha$  = Konstanta
- Bx = Koefisien Regresi
- X1 = *Exterior* (Bagian Luar Cafe)
- X2 = *General Interior* (Bagian Umum Cafe)
- X3 = *Store Layout* (Tata Letak Cafe)
- X4 = *Interior (Point of Purchase) Displays*
- e = Standar Error

### 3.6 Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan tentang sifat suatu populasi, sedangkan pengujian hipotesis adalah prosedur untuk memastikan kebenaran karakteristik suatu populasi berdasarkan data sampel (Agus, 2016)

H0 : *Store exterior* (X1), *General interior* (X2), *Store layout* (X3), *Interior displays* (X4) tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Mr. K Cafe Gombel Semarang.

Ha : *Store exterior* (X1), *General interior* (X2), *Store layout* (X3), *Interior displays* (X4) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Mr. K Cafe Gombel Semarang.



### 3.6.1 Uji t

Uji-t merupakan prosedur dimana hasil suatu sampel dapat digunakan untuk memverifikasi validitas atau error hipotesis nol ( $H_0$ ). Keputusan menerima atau menolak  $H_0$  dibuat berdasarkan nilai uji statistik yang diperoleh dari data tersebut. Bandingkan nilai t untuk masing-masing penduga dengan t tabel pada tabel. Pengambilan keputusan untuk menolak atau menerima  $H_0$  adalah berdasarkan pernyataan sebagai berikut :

- Jika nilai t hitung  $>$  nilai pada t tabel, maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.  $\alpha = 5\%$
- Jika nilai t  $<$  nilai t tabel maka  $H_0$  diterima atau ditolak  $H_a$ .  $\alpha = 5\%$

### 3.6.2 Uji F

Uji F difungsikan untuk menguji pengaruh atas bebas terhadap terikat secara keseluruhan. Uji F ini dapat dijelaskan dengan analysis of variance (ANOVA) pada SPSS. Pengambilan keputusan untuk menolak atau menerima  $H_0$  adalah sebagai berikut :

- Jika F hitung  $>$  F tabel maka menolak  $H_0$  dan sebaliknya,
- Jika F hitung  $<$  F tabel maka menerima  $H_0$

### 3.6.3 Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi tersebut. Pada analisis regresi berganda uji determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana proporsi variasi variabel dependen dijelaskan oleh semua variabel independen. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari regresi berganda sama dengan rumus regresi sederhana. Koefisien determinasi berkisar dari nol hingga satu. Jika ada nilai  $R^2$  yang disesuaikan negatif, maka  $R^2$  yang dikoreksi dianggap nol.