

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survey. Menurut Kerlinger dalam buku Metode Penelitian oleh Sugiyono (2017) penelitian survey merupakan sebuah penelitian yang dilakukan pada populasi kecil maupun besar, tetapi data yang dianalisis adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi dan hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dilakukan menggunakan survei.

3.1. Obyek Penelitian dan Lokasi Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen toko H&M di DP Mall Semarang, yaitu dengan rentang usia 18-25>, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang mengetahui, pernah berkunjung, dan berbelanja di toko H&M yang berada di DP mall Semarang dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Lokasi penelitian ini Toko H&M yang berada di DP Mall Semarang.

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah umum yang terdapat suatu obyek atau subyek yang memiliki kriteria tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti, sehingga menghasilkan suatu kesimpulan berdasarkan hal-hal yang ditelitinya (Sugiyono, 2017). Populasi yang akan diambil dari penelitian ini yaitu seluruh konsumen toko H&M yang berada di DP Mall Semarang.

Sampel merupakan perwakilan dari jumlah total populasi yang karakteristiknya akan diteliti (Pitoyo & Suhartono, 2018). Pengukuran sampel yang akan digunakan adalah pengukuran dengan teori adalah bagian dari Sekaran (2006), ukuran penelitian yang layak dalam sebuah penelitian yaitu dengan menggunakan ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 responden. Jika sampel yang diteliti memiliki sub kategori, maka jumlah sampel yang harus diambil tiap kategori masing-masing minimal 30. Sedangkan jika penelitian memiliki jenis analisis korelasi atau regresi ganda, sampel yang diambil untuk diteliti minimal 10 kali dari jumlah variabel yang akan diteliti.

Oleh karena itu, sampel yang akan ditetapkan oleh peneliti dalam penelitian ini sebanyak 100 orang konsumen yang mengetahui, pernah berkunjung dan berbelanja di toko H&M yang berada di DP Mall Semarang.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*, yang dimana pemilihan sampel dilakukan dengan peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu

(Sugiyono, 2017). Adapun kriteria-kriteria yang dipilih sebagai berikut:

1. Konsumen yang mengetahui, pernah berkunjung dan berbelanja di toko H&M yang ada di DP Mall Semarang
2. Konsumen laki-laki dan perempuan yang berusia 18- 25> tahun yang bersedia untuk dijadikan responden
3. Kurun waktu berkunjung dan berbelanja di toko H&M DP Mall Semarang paling lama sekitar 6 bulan terakhir.

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui sumber aslinya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* kepada konsumen atau pengunjung yang pernah melakukan pembelian di toko H&M di DP Mall Semarang dalam kurun waktu paling lama 6 bulan terakhir.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sebuah langkah yang memiliki peranan penting dalam proses penelitian, tujuan dari pengumpulan data yaitu untuk mendapatkan

informasi dan data dasar untuk menguji kevalidan sebuah informasi dari sebuah permasalahan yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian yaitu Kuesioner/ Angket.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada konsumen sebagai responden untuk menjawabnya. Kuesioner ini akan diberikan pada konsumen yang mengetahui keberadaan toko H&M, pernah mengunjungi toko, dan berbelanja di toko H&M yang berada di DP Mall Semarang dalam kurun waktu paling lama 6 bulan terakhir.

Teknik penyebaran kuesioner akan dilakukan dengan cara menggunakan *Google form* yang akan diberikan secara langsung dan acak kepada pengunjung yang setelah mengunjungi dan berbelanja di toko H&M DP Mall Semarang. Jika cara ini kurang efektif, maka peneliti akan melakukan *screening* secara manual dengan cara menyebarkan kuesioner tersebut melalui media social kepada pengikut atau *followers* peneliti di Instagram yang pernah mengunjungi dan berbelanja di toko H&M DP Mall Semarang. Untuk mendapatkan responden yang sesuai dengan kriteria akan diberikan pertanyaan pembuka, apakah berdomisili di Kota Semarang, apakah responden berusia 18 tahun keatas, apakah mengetahui brand H&M, apakah pernah mengunjungi toko H&M, apakah pernah berbelanja di toko H&M DP Mall Semarang dalam rentang waktu 6 bulan terakhir. Jika responden tidak sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan maka

kuesioner tidak akan digunakan, dan ketika jumlah sudah mencapai 100 responden baru akan dilakukan penelitian.

Skala pengukuran yang akan digunakan dalam penyusunan pertanyaan dalam kuesioner ini yaitu dengan menggunakan Skala Likert.

Skala pengukuran merupakan suatu kesepakatan yang dipakai sebagai parameter dalam menentukan panjang pendek suatu interval dalam alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data angka (kuantitatif). Penelitian ini akan menggunakan skala likert sebagai alat ukur untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi seseorang akan suatu fenomena sosial yang sudah ditentukan oleh peneliti, sesuai dengan variabel yang diteliti (Sugiyono, 2017: 134). Jawaban dari responden akan disajikan dengan menggunakan skala yang mempunyai gradasi sangat negative sampai sangat positif. Untuk membantu peneliti untuk menganalisis, terdapat empat skor point untuk dipilih oleh responden. Empat point titik panduan (*anchor*) tersebut sebagai berikut:

- | | |
|-------------------------------------|---|
| - Jawaban SS (Sangat Setuju) | 4 |
| - Jawaban S (Setuju) | 3 |
| - Jawaban TS (Tidak Setuju) | 2 |
| - Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) | 1 |

Setelah kuesioner dijawab oleh 100 responden, baru dapat dilakukan analisis penelitian dari hasil tersebut dengan menentukan skor dari setiap poin pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Hal ini dilakukan agar memenuhi syarat minimum jumlah sampel dalam penelitian.

3.4. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.4.1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang memiliki arti sesuai atau sah, riil. Uji validitas merupakan suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui berfungsi tidaknya alat ukur yang digunakan (valid atau tidak valid) (Ismail & Ghozali, 2015 : 53). Alat ukur yang dimaksud merupakan pertanyaan yang ada dalam kuesioner. (Ismail & Ghozali, 2015) mengatakan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur dalam kuesioner. Validitas penelitian yang diuji dikatakan valid jika:

- $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, kuesioner yang digunakan peneliti valid
- $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, kuesioner yang digunakan peneliti tidak valid

Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan hasil pengujian masing-masing variabel penelitian.

Tabel 3.1. Hasil Pengujian Validitas Suasana Toko

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan												
X1.1	0,497	0,1966	Valid	X1.16	0,530	0,1966	Valid	X1.31	0,672	0,1966	Valid	X1.46	0,658	0,1966	Valid
X1.2	0,211	0,1966	Valid	X1.17	0,551	0,1966	Valid	X1.32	0,495	0,1966	Valid	X1.47	0,695	0,1966	Valid
X1.3	0,398	0,1966	Valid	X1.18	0,604	0,1966	Valid	X1.33	0,516	0,1966	Valid	X1.48	0,664	0,1966	Valid
X1.4	0,576	0,1966	Valid	X1.19	0,679	0,1966	Valid	X1.34	0,603	0,1966	Valid	X1.49	0,735	0,1966	Valid
X1.5	0,621	0,1966	Valid	X1.20	0,548	0,1966	Valid	X1.35	0,522	0,1966	Valid	X1.50	0,703	0,1966	Valid
X1.6	0,592	0,1966	Valid	X1.21	0,537	0,1966	Valid	X1.36	0,712	0,1966	Valid	X1.51	0,659	0,1966	Valid
X1.7	0,464	0,1966	Valid	X1.22	0,207	0,1966	Valid	X1.37	-0,100	0,1966	Valid	X1.52	0,837	0,1966	Valid
X1.8	-0,032	0,1966	Valid	X1.23	0,559	0,1966	Valid	X1.38	0,743	0,1966	Valid	X1.53	0,708	0,1966	Valid
X1.9	0,473	0,1966	Valid	X1.24	0,434	0,1966	Valid	X1.39	0,457	0,1966	Valid				
X1.10	0,665	0,1966	Valid	X1.25	0,500	0,1966	Valid	X1.40	0,633	0,1966	Valid				
X1.11	0,458	0,1966	Valid	X1.26	0,456	0,1966	Valid	X1.41	0,593	0,1966	Valid				
X1.12	0,455	0,1966	Valid	X1.27	0,393	0,1966	Valid	X1.42	0,596	0,1966	Valid				
X1.13	0,528	0,1966	Valid	X1.28	0,639	0,1966	Valid	X1.43	0,754	0,1966	Valid				
X1.14	0,494	0,1966	Valid	X1.29	0,197	0,1966	Valid	X1.44	0,620	0,1966	Valid				
X1.15	0,657	0,1966	Valid	X1.30	0,474	0,1966	Valid	X1.45	0,245	0,1966	Valid				

Sumber : Hasil Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil pengamatan pada r tabel didapatkan nilai dari sampel (N) = sebesar 30 sebesar 0.1966. Dapat dijelaskan bahwa uji validitas yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25 pada tabel 3.1 menghasilkan semua instrumen variabel Suasana Toko atau *store atmosphere* (X1) yang dari dari X1.1 sampai dengan X1.53 menghasilkan nilai r hitung > daripada r tabel. Sehingga instrument dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

Tabel 3.2. Hasil Pengujian Validitas Store Image

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
		1	
		0,196	
X2.1	0,598	6	Valid
		0,196	
X2.2	0,758	6	Valid

X2.3	0,627	0,196 6	Valid
X2.4	0,803	0,196 6	Valid
X2.5	-0,116	0,196 6	Valid
X2.6	0,794	0,196 6	Valid
X2.7	0,565	0,1966	Valid
X2.8	0,819	0,1966	Valid
X2.9	0,786	0,1966	Valid
X2.1 0	0,807	0,1966	Valid
X2.1 1	0,796	0,1966	Valid
X2.1 2	0,860	0,1966	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS versi 25 yang dijabarkan pada tabel 3. 2 dijelaskan bahwa uji validitas yang telah dilakukan menghasilkan semua instrument variabel *Store Image* (X2) yang terdiri dari X2.1 sampai dengan X2.12 menghasilkan nilai r hitung > dari pada r tabel. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa item indicator pada variabel X2 dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

Tabel 3.3. Hasil Pengujian Validitas Minat Beli Konsumen

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y1	0,764	0,1966	Valid
Y2	0,807	0,1966	Valid
Y3	0,740	0,1966	Valid
Y4	0,910	0,1966	Valid
Y5	0,834	0,1966	Valid
Y6	0,821	0,1966	Valid
Y7	0,837	0,1966	Valid
Y8	0,841	0,1966	Valid
Y9	0,781	0,1966	Valid
Y10	0,840	0,1966	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS versi 25 yang dijabarkan pada tabel 3.3 dapat dihasilkan bahwa uji validitas yang telah dilakukan menghasilkan semua item indicator variabel Minat Beli Konsumen (Y) yang terdiri dari Y1 sampai dengan Y10 menghasilkan nilai r hitung > daripada r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

3.4.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau yang dapat diartikan reliabel (bersifat andal). Menurut (Sugiyono, 2017), kuesioner yang reliabel apabila jawaban dari responden atas pertanyaan yang ada di kuesioner konsisten atau tidak mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Kuesioner dikatakan reliabel atau stabil apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Ismail & Ghozali, 2015).

Berikut tabel yang menunjukkan hasil pengujian reliabilitas masing-masing variabel penelitian.

Tabel 3.4. Hasil Pengujian Reliabilitas Masing-masing Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Standarisasi	Keterangan
Suasana Toko	0,745	0,70	Reliabel
<i>Store Image</i>	0,760	0,70	Reliabel
Minat Beli Konsumen	0,784	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS versi 25 yang dijabarkan pada tabel 3.4. Nilai Cronbach's Alpha dari semua variabel $> 0,70$, artinya kuesioner yang telah dibuat sudah reliabel, dapat disimpulkan kuesioner dari penelitian ini dapat diandalkan.

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif yaitu sebuah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan secara general (Sugiyono, 2017: 147). Para peneliti biasanya menggunakan statistic deskriptif bila ingin mendeskripsikan data sampel penelitian dan tidak melakukan penarikan kesimpulan. Rumus yang digunakan sebagai rentang skala sebagai berikut.

$$RS = \frac{\text{Nilai Terbesar} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$RS = \frac{4 - 1}{3}$$

$$RS = 1$$

Skala pengukuran merupakan sebuah acuan yang digunakan untuk menentukan panjang pendek suatu interval yang ada pada alat ukur, yang dimana alat ukur tersebut jika digunakan dalam suatu pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran dalam penelitian ini akan menggunakan skala pengukuran likert. Skala likert dapat digunakan dalam pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sebuah kelompok terhadap suatu fenomena sosial yang telah ditentukan secara spesifik oleh peneliti (Sugiyono,

2017:134). Data yang akan didapatkan oleh peneliti dalam penelitian ini akan berupa data interval.

Tabel 3.5. Tabel Penilaian Rentang Skala

No	Rentang Skala	KATEGORI
1.	1,00 - 2,00	Rendah
2.	2,00 - 3,00	Sedang
3.	3,00 - 4,00	Tinggi

Sumber : Data yang diolah, 2022

3.5.2. Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif merupakan sebuah teknik analisis data yang dimana dalam implementasinya teknik ini akan menganalisis data dengan menarik kesimpulan dan membuat keputusan, lalu digeneralisasikan terhadap populasi berdasarkan pengambilan sampel penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti. Data kuantitatif akan diolah menggunakan program yang tersedia yaitu SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda biasanya digunakan untuk menguji pengaruh suatu variabel bebas atau variabel independen pada variabel terikat atau variabel dependen. Uji regresi linier berganda bersumber pada satu variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Pada penelitian ini variabel dependen (Y), yaitu minat beli konsumen. sedangkan variabel independen dalam penelitian ini ada dua, yaitu Point of Purchase Display (X1) dan General Interior (X2). Penghitungan regresi linear berganda akan menggunakan program SPSS (Statistical Package for Social Science). Dengan persamaan uji regresi linear berganda yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Minat Beli Konsumen
a	= Konstanta
b	= Koefisien regresi
X ₁	= <i>General Interior</i>
X ₂	= <i>Interior (Point of Purchase) Display</i>
e	= <i>error term</i>

3.6. Pengujian Hipotesis

3.6.1. Uji t Test (Uji Parsial)

Uji statistic t yaitu uji parsial yang digunakan untuk mengetahui seberapa

jauh pengaruh masing-masing variabel bebas pada variasi variabel terikat (Kuncoro, 2013)

- a. Jika $x < 0,05$, maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya adanya pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat. Maka hipotesis dapat diterima/ terbukti.
- b. Jika $x > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak adanya pengaruh antar variabel bebas dan terikat. Maka hipotesis tidak dapat diterima/ tidak terbukti.

Digunakan untuk menentukan Hipotesis:

- a. $H_{01} : \beta_1 = 0$, artinya *Store Atmosphere* atau Suasana Toko tidak berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen.
 $H_{a1} : \beta_1 > 0$, artinya *Store Atmosphere* atau Suasana Toko berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen.
- b. $H_{02} : \beta_2 = 0$, artinya *Store Image* tidak berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen.
 $H_{a2} : \beta_2 > 0$, artinya *Store Image* berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen.

3.6.2. Uji F Test (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menentukan pengujian variabel independen secara bersamaan memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Langkah- Langkah

pengujiannya adalah sebagai berikut.

a. Menentukan hipotesis

Ho : $b_1=b_2=0$ Tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen dengan variabel dependen.

Ha : $b_1\neq b_2\neq 0$ Terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independendengan variabel dependen.

b. Kriteria Keputusan

1. Jika nilai signifikansinya $\leq 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka H0 diterima dan Ha ditolak, artinya tidakada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

