**BAB III**

**METODOLOGI PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yaitu pendekatan penelitian dengan menekankan pada pengujian data dalam menghasilkan suatu kesimpulan. Menurut Sugiyono (2019:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi dan 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. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel independen yaitu *store atmosphere*, variasi produk dan fasilitas terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada Kedai Kopi *Cold ‘N Brew* Wahidin Surakarta.

1. **Sumber Data**
2. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono 2019:137). Data dikumpulkan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. Kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang telah membeli produk di Kedai Kopi *Cold ‘N Brew* Wahidin Surakarta. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan *skala Likert* berbentuk *Checklist*.

1. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melainkan data yang bersifat mendukung data primer seperti buku-buku, bacaan dan literatur (Sugiyono 2019:137). Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari jurnal, artikel, skripsi, tesis, buku-buku yang relevan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

1. **Waktu Dan Tempat Penelitian**
2. Waktu

Waktu penelitian ini disesuaikan dengan pencapaian data dan informasi yang dibutuhkan peneliti, diperkirakan antara bulan Januari – April 2022.

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Surakarta dengan lokasi penelitian pada kosumen Kedai Kopi *Cold ‘N Brew* Wahidin Surakarta di Jl. Dr. Wahidin No.15 A, Penumping, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57142.

1. **Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling**
2. Populasi

Populasi dapat diartikan 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 2019:117). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Kedai Kopi *Cold ‘N Brew* Wahidin Surakarta yang jumlah populasinya tidak terhingga *(unknown populations).*

1. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:118) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tak terhingga maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus *unknown population* sebagai berikut :

Keterangan :

|  |  |
| --- | --- |
| Z = | Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian. Pada α = 5% (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z = 1,96) |
| µ = | *Margin of error*, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%) |

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

96,04 (atau dibulatkan menjadi 100 responden)

Berdasarkan perhitungan diatas, sampel yang diambil sebanyak 100 orang.

1. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2019:138) *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif.

1. **Teknik Pengumpulan Data**
2. Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku *non verbal* yakni dengan menggunakan teknik observasi. Menurut Sugiyono (2019:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap konsumen yang ada di Kedai Kopi *Cold ‘N Brew* Wahidin Surakarta.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan agar responden memberi respon terkait daftar pertanyaan dari kuesioner tersebut. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat menggunakan *skala likert* yang mempunyai lima tingkat preferensi, yang mana masing-masing memiliki skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju (STS) : 1 (skor)

Tidak Setuju (TS) : 2 (skor)

Netral (N) : 3 (skor)

Setuju (S) : 4 (skor)

Sangat Setuju (SS) : 5 (skor)

1. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan informasi dengan menggunakan buku-buku sebagai acuan dalam penulisan penelitian serta bertujuan untuk menemukan teori dan konsep yang dapat mendukung penelitian. Pada metode studi pustaka ini peneliti mencari informasi melalui buku, jurnal dan artikel yang ada di internet.

1. **Definisi Operasional Variabel**

Secara operasional variabel dibagi menjadi variabel bebas *(independen)* dan variabel terikat *(dependen)*. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *store atmosphere*, variasi produk, dan fasilitas. Sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian di Kedai Kopi *Cold ‘N Brew* Wahidin Surakarta. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini meliputi:

**Tabel III.1**

**Definisi Operasional Variabel**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Definisi Operasional** | **Indikator** | **Kisi-kisi** |
| Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan pembelian adalah sebuah usaha dari seorang konsumen dalam melakukan pemilihan sebuah produk yang dia inginkan. | Indikator keputusan pembelian :   * Kemantapan pada sebuah produk * Kebiasaan dalam membeli produk * Memberikan rekomendasi kepada orang lain * Melakukan pembelian ulang   Kotler (2016:223) | 1. Produk yang ditawarkan kedai kopi *Cold ‘N Brew* sesuai dengan keinginan konsumen. 2. Merasa puas setelah membeli poduk di Kopi *Cold ‘N Brew.* 3. Saya akan kembali membeli produk di Kopi *Cold ‘N Brew.* 4. Saya akan merekomendasi kan Kopi *Cold ‘N Brew* kepada teman dan kerabat. 5. Produk yang ada di Kopi *Cold ‘N Brew* sudah sesuai dengan selera saya. |
| *Store Atmosphere* (X1) | *Store atmosphere* adalah suasana dari sebuah toko yang dapat dilihat oleh seorang konsumen dan suasana itu bisa menarik konsumen sebelum dia melakukan memasuki dan melakukan transaksi. | Indikator *store atmosphere* :   * *Exterior* * *General Interior* * *Store Layout* * *Interior Display*   Berman dan Evans (2012:509) | 1. Kopi *Cold ‘N Brew* mempunyai ciri khas tersendiri. 2. Kopi *Cold ‘N Brew* mempunyai ruangan yang nyaman. 3. Bangunan Kopi *Cold ‘N Brew* mempunyai kesan yang klasik dan modern. 4. Penataan dan kerapian di Kopi *Cold ‘N Brew* membuat kesan estetika. 5. Kopi *Cold ‘N Brew* mempunyai 2 ruang yaitu area *non smoking* dan *area smoking.* |
| **Variabel** | **Definisi**  **Operasional** | **Indikator** | **Kisi-kisi** |
| Variasi Produk (X2) | Variasi produk adalah berbagai macam produk yang dipasarkan oleh penjual untuk kebutuhan para konsumen. | Indikator variasi produk :   * Varian Rasa * Kelengkapan Produk * Ukuran Produk * Kualitas Produk   Utami (2012:116) | 1. Kopi *Cold ‘N Brew* mempunyai menu pelengkap. 2. Kopi *Cold ‘N Brew* menyediakan menu varian non coffee. 3. Kopi *Cold ‘N Brew* menyediakan menu varian coffee. 4. Kopi *Cold ‘N Brew* memiliki tampilan logo yang berbeda. 5. Ukuran produk yang ditawarkan Kopi *Cold ‘N Brew* sesuai dengan kebutuhan. |
| Fasilitas (X3) | Fasilitas adalah suatu sarana yang dapat dipergunakan oleh konsumen di sebuah toko agar konsumen merasa lebih nyaman ketika berada di dalam toko. | Indikator fasilitas :   * Pertimbangan/perencanaan spasial * Perencanan ruang * Perlengkapan/perabotan * Tata cahaya dan warna * Unsur pendukung   Tjiptono (2012:46-48) | 1. Tersedianya fasilitas parkir yang cukup luas. 2. Tersedianya *free wifi* bagi konsumen. 3. Pencahayaan yang bagus untuk konsumen. 4. Terdapat spot foto untuk mengabadikan momen. 5. Tersedianya toilet dan terjaga kebersihannya. |

1. **Uji Instrumen**

Sebelum digunakan pada penelitian sesungguhnya, kuesioner harus diuji terlebih dahulu. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas suatu instrumen. Dari uji coba tersebut dapat diketahui kelayakan dari instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Baik tidaknya instrumen yang digunakan akan berpengaruh tehadap hasil penelitian. Dengan ini diharapkan hasil penelitian akan menjadi *valid* dan *reliable* dengan menggunakan bantuan komputer SPSS *Statistic 25.*

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji dilakukan untuk memastikan kemampuan sebuah skala untuk mengukur konsep yang dimaksdukan. Manfaat dari uji validitas yaitu untuk mengetahui apakah item-item yang ada dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang diteliti.

Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar (Sujarweni, 2015:108) :

Keterangan:

rxy : Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Ʃxy : Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

Ʃx² : Jumlah dari kuadrat nilai X

Ʃy² : Jumlah dari kuadrat nilai Y

(Ʃx)² : Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

(Ʃy)² : Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Dari perhitungan tersebut dapat diketahui validitas masing-masing butir pernyataan. Maka apabila nilai r hitung > r tabel, berarti pernyatan tersebut valid dan apabila nilai r hitung < r tabel, berarti pernyatan tersebut tidak valid.

Di dalam penelitian ini uji coba dilakukan terhadap 20 responden. Perhitungan uji validitas dilakukan dengan program SPSS. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung (untuk rhitung tiap butir dapat dilihat pada tampilan *Output Cronbach Alpha* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*) dengan rtabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dalam penelitian ini jumlah sampel (n) = 20 dan besarnya df dapat dihitung 20-2 = 18, dengan df = 18 dan alpha 0,05 di dapat rtabel = 0,444

Hasil uji validitas pada variabel penelitian yaitu variabel Y = Keputusan Pembelian, X1 = *Store Atmosphere*, X2 = Variasi Produk, dan X3 = Fasilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel III.2**

**Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Item Pertanyaan** | **rhitung** | **rtabel** | **Keterangan** |
| Keputusan Pembelian (Y) | Y\_1  Y\_2  Y\_3  Y\_4  Y\_5 | 0,916  0,949  0,911  0,879  0,706 | 0,444  0,444  0,444  0,444  0,444 | Valid  Valid  Valid  Valid  Valid |

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel III.2 diatas, hasil uji validitas instrumen variabel Keputusan Pembelian (Y) semua butir pertanyaan nilai rhitung > 0,444 yang artinya semua butir pertanyaan dinyatakan valid. Hal ini menunjukan bahwa 5 butir pertanyaan bisa digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel III.3**

**Hasil Uji Validitas *Store Atmosphere***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Item Pertanyaan** | **rhitung** | **rtabel** | **Keterangan** |
| *Store Atmosphere* (X1) | X1\_1  X1\_2  X1\_3  X1\_4  X1\_5 | 0,807  0,670  0,686  0,861  0,752 | 0,444  0,444  0,444  0,444  0,444 | Valid  Valid  Valid  Valid  Valid |

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel III.3 diatas, hasil uji validitas instrumen variabel *Store Atmosphere* (X1) semua butir pertanyaan nilai rhitung > 0,444 yang artinya semua butir pertanyaan dinyatakan valid. Hal ini menunjukan bahwa 5 butir pertanyaan bisa digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel III.4**

**Hasil Uji Validitas Variasi Produk**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Item Pertanyaan** | **rhitung** | **rtabel** | **Keterangan** |
| Variasi Produk (X2) | X2\_1  X2\_2  X2\_3  X2\_4  X2\_5 | 0,941  0,834  0,915  0,789  0,874 | 0,444  0,444  0,444  0,444  0,444 | Valid  Valid  Valid  Valid  Valid |

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel III.4 diatas, hasil uji validitas instrumen variabel Variasi Produk (X2) semua butir pertanyaan nilai rhitung > 0,444 yang artinya semua butir pertanyaan dinyatakan valid. Hal ini menunjukan bahwa 5 butir pertanyaan bisa digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel III.5**

**Hasil Uji Validitas Fasilitas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Item Pertanyaan** | **rhitung** | **rtabel** | **Keterangan** |
| Fasilitas (X3) | X3\_1  X3\_2  X3\_3  X3\_4  X3\_5 | 0,884  0,791  0,918  0,936  0,906 | 0,444  0,444  0,444  0,444  0,444 | Valid  Valid  Valid  Valid  Valid |

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel III.5 diatas, hasil uji validitas instrumen variabel Fasilitas (X3) semua butir pertanyaan nilai rhitung > 0,444 yang artinya semua butir pertanyaan dinyatakan valid. Hal ini menunjukan bahwa 5 butir pertanyaan bisa digunakan dalam penelitian ini.

1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Uji Reliabilitas menurut (Sugiyono 2018:193) adalah sebuah instrumen pengukur data. Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak berubah. Untuk mengukur reliabilitas dari instrumen penelitian ini dilakukan dengan *Cronbach’s Alpha*.Yang rumusnya sebagai berikut :

11 = {1- }

Keterangan :

r11 : Nilai reliabilitas

∑Si : Jumlah varians skor tiap-tiap item

St : Varian total

k : Jumlah item

**Tabel III.6**

**Hasil Uji Reliabitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | ***Cronbach’s Alpha*** | **rtabel** | **Keterangan** |
| Keputusan Pembelian (Y)  *Store Atmosphere* (X1)  Variasi Produk (X2)  Fasilitas (X3) | 0,921  0,808  0,916  0,930 | 0,444  0,444  0,444  0,444 | Reliabel  Reliabel  Reliabel  Reliabel |

Sumber : Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel III.6 diatas , dapat dilihat bahwa Keputusan Pembelian, *Store Atmosphere*, Variasi Produk dan Fasilitas memiliki nilai koefisien reliabilitas yang lebih tinggi dari pada *Cronbach’s Alpha* yang disyaratkan yaitu sebesar 0,60. Dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner diterima yang berarti kuesioner penelitian ini merupakan kuesioner reliabel.

1. **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Uji ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160) tujuan uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dengan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah gari diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan data yang menyebar jauh atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menurut Ghozali (2013:162) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukin adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas ini saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal, yaitu variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah menggunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIP)*. Jika *VIP* < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, jika terjadi kesamaan maka disebut homokedastisitas tetapi jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ghozali (2013:163) menyebutkan bahwa heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk mengetahui ada tidaknya sebuah penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu dengan adanya ketidaksamaan variasi dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji Glejser yang meregres nilai absolute residual terhadap variabel *independen*. Hasil probabilitas dapat dikatakan signifikan apabila nilai signifikansinya diatas tingkat kepercayaan yaitu 5% Ghozali (2013:164).

1. **Uji Hipotesis**
2. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2013:150) Analisis regresi linier ini bertujuan untuk mengetahui rata-rata populasi dari variabel *dependen* berdasarkan dari nilai variabel *independen*. Variabel *dependen* (X) yang dimaksud adalah *store atmosphere*, variasi produk, dan fasilitas. Sedangkan variabel *independen* (Y) adalah keputusan pembelian di Kedai Kopi *Cold ‘N Brew* Wahidin Surakarta

Persamaan regresi linier berganda dapat disusun sebagai berikut :

**Y = α + β1 X1 + β2 X2 + β3 X3 +**

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β1 = Koefisien Regresi dari *Store Atmosphere*

β2 = Koefisien Regresi dari Variasi Produk

β3 = Koefisien Regresi dari Fasilitas

X1 = *Store Atmosphere*

X2 = Variasi Produk

X3 = Fasilitas

= Kesalahan residual (*error*)

1. Uji F

Uji F pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel-variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Adapun cara melakukan uji F sebagai berikut: (Ghozali 2018:98)

1. Menentukan formulasi dan

; = = = 0

; 0

1. Menentukan nilai signifikansi (α)
2. Menentukan *rule of the test*

Daerah Terima

Daerah Tolak

**Gambar III.1**

**Kurva Normal Uji F**

Ho diterima : f ≤ f (α ,k-1, n-k) Ho ditolak : f > f (α ,k-1, n-k)

1. Menghitung nilai f

Dengan rumus :

F = R2/k-l

(l-R2/(n-k)

Keterangan :

k = jumlah parameter yang diestimasikan

n = jumlah pengamatan

R2 = koefisien determinasi

1. Uji t

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam menerangkan variasi *dependen* (Ghozali 2018:99). Berikut cara untuk melakukan pengujian uji t:

1. Merumuskan hipotesis untuk masing-masing kelompok

: β = 0 → tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

: β ≠ 0 → ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat

1. Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar 5% (0,05)

****

-t α/2: (n-k-1) t α/2: (n-k-1)

**Gambar III.2**

**Kurva Normal Uji t**

1. Kriteria pengujian :
2. diterima apabila ttabel < thitung > ttabel :

Artinya, tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

1. ditolak apabila ttabel > thitung < ttabel

Artinya, ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

1. Keputusan pengujian :

Apabila thitung > ttabel maka ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel X terhadap Variabel Y (variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen*) atau sebaliknya.

1. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (adjusted R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen* dengan nilai antara nol sampai satu (0<R²< 1). Nilai adjusted R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independen* dalam menjelaskan variasi variabel *dependen* sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen* (Ghozali 2018:97).