BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Konsep

1. *Store Atmosphere*

Menurut Berman, B., & Evans, (2018) *store atmosphere* adalah segala sesuatu yang mempengaruhi persepsi konsumen tentang lingkungan fisik toko, termasuk desain interior, tata letak, warna, pencahayaan, musik, aroma, dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Suasana toko. Berman & Evans (2018) juga mengatakan bahwa *store atmosphere* dapat mempengaruhi emosi, persepsi, dan perilaku konsumen dalam berbelanja, sehingga dapat berdampak pada keputusan dan loyalitas konsumen.

2. **Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman, (1985) kualitas pelayanan adalah skala berbagai item secara singkat dengan keandalan dan validitas yang baik dapat digunakan oleh pengecer untuk memahami lebih baik pelayanan yang diharapkan dan dipersiapkan oleh konsumen dan sebagai hasilnya meningkatkan pelayanan.

3. **Keragaman Produk**

Menurut Utami (2006) keragaman produk adalah banyaknya item pilihan dalam masing-masing kategori produk.

4. **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler.& Keller (2016) keputusan pembelian adalah proses konsumen yang dihasilkan dari semua pengalaman mereka dalam

mempelajari, memilih, menggunakan, dan bahkan menyingkirkan suatu produk.

A. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2019) definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) atau variabel X adalah suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain Sugiyono (2017). Dapat pula dikatakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang pengaruhnya terhadap variabel lain ingin diketahui. Variabel ini dipilih dengan sengaja dimanipulasi oleh peneliti agar efeknya terhadap variabel lain tersebut dapat diamati dan diukur. diketahui variabel bebas dalam penelitian ini yaitu : *Store Atmosphere* (X_1), Kualitas Pelayanan(X_1), dan Keragaman Produk(X_1).

1. *Store Atmosphere*

Menurut Berman, B., & Evans (2018) indikator *store atmosphere* terbagi atas sebagai berikut:

1. *Eksterior*
2. *General Interior*
3. *Store Layout*
4. *Interior point of interest display*

2. Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (1985) indikator kualitas pelayanan terbagi atas sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (*tangible*).
2. Keandalan (*reliability*).
3. Daya Tanggap (*responsiveness*).
4. Jaminan (*assurance*).
5. Empati (*emphaty*).

3. Keragaman Produk

Menurut kotler dalam Utami (2006) indikator keragaman produk terbagi atas sebagai berikut:

1. Variasi merek produk
2. Variasi kelengkapan produk
3. Variasi ukuran produk
4. Variasi kualitas produk

b. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel Y ialah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek pengaruh variabel lain. Besar efek tersebut diamati dari ada tidaknya, timbul hilangnya, besar mengecilnya, atau berubahnya variasi yang tampak sebagai akibat perubahan pada variabel lain termasuk Sugiyono (2017) .dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y).

1. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler.& Keller (2016) indikator keputusan pembelian terbagi atas sebagai berikut:

1. Pilihan produk.
2. Pilihan merek.
3. Pilihan saluran pembelian.
4. Waktu pembelian.
5. Jumlah pembelian.
6. metode pembayaran.

C. Jenis penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) metode penelitian kuantitatif ini merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, yang akan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik. Yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

D. Jenis dan Sumber data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer. Menurut Sugiyono (2019) Sumber data diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Data primer adalah sumber data yang dihasilkan langsung dari asal atau pihak pertama, data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab penelitian atau pertanyaan peneliti. Dalam penelitian ini data terutama berupa pendapat penelitian (semua orang) baik secara individu

maupun kelompok. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden yang pernah membeli atau berbelanja di Oh Some Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. Populasi dan sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang pernah berbelanja di *store* Oh Some di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam pengambilan data, penelitian menggunakan Teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu dengan pertimbangan bahwa konsumen atau pelanggan pernah berkunjung dan melakukan pembelian minimal satu kali pada *store* Oh Some di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan dasar bahwa sampel yang diambil telah mewakili semua konsumen yang pernah melakukan keputusan pembelian di *store* Oh Some di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dikarenakan populasi dalam penelitian ini belum diketahui jumlahnya secara

pasti maka penentuan sampel dari penelitian ini mengacu pada Hair et. al. (2010) yang menyatakan bahwa jumlah sampel tidak dapat dianalisis jika jumlahnya kurang dari 50. Jumlah sampel minimal setidaknya 5 kali dari jumlah indikator yang akan diteliti dan dianalisis sehingga, penentuan jumlah sampel pada penelitian ini perhitungannya adalah 5×19 total indikator yang akan dianalisis =95, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah minimal 95 responden.

F. Metode pengumpulan data

Menurut Sugiyono (2016) penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari konsumen atau pelanggan *store* Oh Some di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sugiyono (2016) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam bentuk *Google forms*, yang digunakan adalah skala *Likert*. Skala *Likert*, untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi sekelompok orang atau seseorang tentang fenomena sosial. Maka, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, yaitu dari 5 (lima) makna dari masing-masing angka pilihan atau skor dengan gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS) = skor nilai 5
- Setuju (S) = skor nilai 4
- Netral (N) = skor nilai 3
- Tidak Setuju (TS) = skor nilai 2
- Sangat Tidak Setuju STS = skor nilai 1

G. Metode analisis data

1. Uji instrumen

a. Uji validitas

Menurut Ghozali (2021) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya item-item dalam sebuah kuesioner, item kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan menggunakan uji *bivariate Pearson correlation*. Adapun kriterianya sebagai berikut:

- a) jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dinyatakan valid.
- b) Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ maka item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dinyatakan tidak valid.

b. Uji reliabilitas

Menurut Ghozali (2021) Reliabilitas ialah suatu alat untuk mengukur sebuah variabel yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari variabel pada penggunaan yang berulang. Reliabilitas yaitu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat dipercaya

atau diandalkan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2021) yaitu:

- a) Jika koefisien *Cronbach's alpha* $> 0,50$ maka pertanyaan dinyatakan reliabel atau konsisten.
- b) Sebaliknya, jika koefisien *Cronbach's alpha* $< 0,50$ maka pertanyaan dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

2. Uji asumsi dasar

a. Uji normalitas

Menurut Ghozali (2021) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan analisis statistik. Uji ini dilakukan dengan menggunakan metode yang diuji, dengan kriteria jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

3. Uji asumsi klasik

a. Uji multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021) uji multikolinearitas yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya antara variabel bebas (*independent*). Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kriteria pengujian yang digunakan dalam uji multikolinieritas

adalah melihat nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerans* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik ialah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

a) Nilai signifikansi variabel independen dengan *absolute residual* $> 0,05$ artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

b) Nilai signifikansi variabel independen dengan *absolute residual* $< 0,05$ artinya terjadi heteroskedastisitas.

4. Regresi linier berganda

Menurut Ghozali (2021) analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y: Keputusan pembelian

α : konstanta

β_1 : koefisien regresi *store atmosphere*

β_2 : koefisien regresi kualitas pelayanan

β_3 : koefisien regresi keragaman produk

X_1 : variabel *store atmosphere*

X_2 : variabel kualitas pelayanan

X_3 : variabel keragaman produk

e : *Error term*

5. Uji F (*goodness of fit*)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menguji H_0 , apakah suatu data empiris sudah sesuai dengan modal nya. Uji F juga digunakan untuk menguji kelayakan model regresi sebagai alat analisis. Kriteria yang digunakan dalam uji F yaitu apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka model dikatakan layak, namun jika signifikansi $> 0,05$ maka model dikatakan tidak layak (Ghozali, 2021).

6. Uji hipotesis

a. Uji t

Menurut Ghozali (2021) uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen dan selanjutnya dapat diketahui variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen dengan $\alpha=0,05$.

Berikut merupakan kriteria pengujian uji t:

a. Apabila tingkat signifikansi $\leq 0,05$ maka hipotesis penelitian diterima.

b. Apabila tingkat signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis penelitian ditolak.

7. Koefisien determinasi (*Adjusted R²*)

Menurut Ghozali (2021) koefisien determinasi ialah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi dari variabel dependen yang bisa dijelaskan oleh variasi variabel independen dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam model regresi. Angka nol sampai dengan satu merupakan nilai dari *adjusted R²* ketika hasilnya mendekati satu berarti variabel bebas mampu memberikan hampir keseluruhan informasi yang diperlukan untuk meramalkan variabel terikatnya (Ghozali, 2021)