

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Desain penelitian ini adalah keseluruhan dari perencanaan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mengantisipasi kesulitan yang mungkin timbul selama penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua variabel, yaitu variabel terikat (Y) yakni Keputusan Pembelian dan variabel bebas (X1) yakni *Cafe Atmosphere* dan (X2) Gaya Hidup. Dengan menggunakan skala pengukuran Likert. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *cafe atmosphere* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Sehingga jenis penelitian ini menggunakan eksplanatori. Menurut Sugiyono (2012) penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang bernaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan metode penelitian *explanatory*. Menurut Sugiyono (2007) metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, angket dan dokumentasi.. Analisis data menggunakan bantuan program SPSS versi 23. Dengan melalui uji validitas, uji reabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis (uji t dan R^2).

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2012:90), adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kafe di kota Jombang yang tidak diketahui jumlahnya.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut(Sugiyono, 2010).

Pada penelitian ini, populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui, maka memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus (Riduwan & Akdon, 2013):

$$n = \left(\frac{Z\alpha/2\sigma}{e} \right)^2$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

$Z\alpha$ = 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 standar deviasi (σ) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%. Maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

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

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus di atas (Riduwan & Akdon, 2013), besarnya nilai sampel sebesar 96 orang. Peneliti menyebar 100 angket untuk menghindari angket yang tidak terisi penuh karena angka 96 pembulatangannya mendekati 100.

3.2.3 Teknik Sampling

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Non Probability Sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini menggunakan jenis teknik *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel secara aksidental dengan mengambil responden secara kebetulan ada atau berada di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010).

3.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut Moh. Nazir (1998:126), definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti

atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel atau konstruk tersebut.

1. Variabel bebas yaitu variabel yang nilainya tidak tergantung pada variabel lain, terdiri dari :

a. *Cafe Atmosphere* (X1) Suasana cafe merupakan komponen penting dari sebuah cafe dan bisa memberikan efek sensorik dominan yang diciptakan dari sebuah desain cafe, maka suatu cafe harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan dapat menarik konsumen untuk membeli cafe tersebut.

b. Gaya Hidup (X2)

Gaya hidup merupakan bagaimana konsumen menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat). Gaya hidup juga mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan uang dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.

2. Variabel terikat yaitu variabel yang terpengaruhi oleh variabel lain, yaitu keputusan pembelian konsumen kafe di Jombang . Keputusan pembelian adalah merupakan serangkaian proses yang dilewati oleh konsumen dalam mengambil suatu keputusan untuk membeli suatu produk.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
<p><i>Café Atmosphere</i> (X1)</p> <p>Barry & Evans (2004)</p>	<p>1. <i>Exterior</i> (bagian luar toko)</p>	1. Papan Nama	1.1 Papan nama kafe di Jombang memiliki desain yang menarik
		2. Pintu Masuk	1.2 Pintu masuk kafe di Jombang nyaman untuk masuk dan keluar kafe
		3. Fasilitas Parkir	1.3 Keamanan kendaraan konsumen kafe di Jombang saat parkir terjamin.
	<p>2. <i>Interior</i> (bagian dalam toko)</p>	1. Cahaya	2.1 Kafe di Jombang memiliki tata cahaya yang menarik
		2. Personel	2.2 Pelayan kafe di Jombang ramah terhadap konsumen
		3. Kebersihan	2.3 Kebersihan interior kafe di Jombang terjaga
	<p>3. <i>Layout</i> (tata ruang toko)</p>	1. Penataan barang	3.1 Jarak antar meja pada kafe di Jombang memudahkan konsumen berlalu lalang
		2. Kualitas tata letak fasilitas	3.2 Kursi yang tersedia dapat menampung konsumen yang datang.
	<p>4. <i>Interior Point of Interest</i></p>	1. Dekorasi sesuai tema	4.1 Dekorasi ruangan pada tembok kafe di Jombang sesuai dengan tema

	<i>Display</i>	2. Dekorasi ruangan	4.2 Dekorasi ruangan pada tembok kafe di Jombang terlihat menarik
Gaya Hidup (X2) Yi Lin (2012)	1. Aktivitas	1. Kegiatan-kegiatan sosial	1.1 Di kota Jombang kafe dijadikan tempat untuk reuni
		2. Hobi	1.2 Di kota Jombang kafe dijadikan ajang untuk acara <i>esport</i>
		3. Hiburan	1.3 Masyarakat Jombang mengunjungi kafe untuk menyaksikan acara musik
	2. Minat	1. Komunitas	2.1 Kafe di kota Jombang dijadikan tempat berkumpulnya komunitas
		2. Makanan	2.2 Konsumen mengunjungi kafe untuk menikmati makanan
	3. Opini	1. Produk	3.1 Menu yang ditawarkan kafe di kota Jombang beragam
		2. Diri mereka sendiri	3.2 Nongkrong di kafe bisa meningkatkan kepercayaan diri
	Keputusan Pembelian (Y) Kotler & Keller (2012)		1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi			1.2 Konsumen mencari informasi tentang menu dan suasana yang disuguhkan kafe di kota Jombang
3. Evaluasi Alternatif			1.3 Kafe di Kota Jombang merupakan tempat yang

			cocok untuk melakukan banyak hal.
		4. Keputusan Pembelian	1.4 Masyarakat Jombang memilih untuk melakukan pembelian di kafe dibandingkan dengan di kedai
		5. Perilaku Paska Pembelian	1.5 Konsumen kafe di Jombang merasa puas setelah melakukan pembelian

3.4 Skala pengukuran

Pengukuran nilai dari angket ini menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Jawaban dari responden yang bersifat persepsional yang dikuantitatifkan, dimana jawaban untuk pertanyaan diberikan nilai sebagai berikut:

1. Untuk jawaban Sangat Setuju diberi nilai 5.
2. Untuk jawaban Setuju diberi nilai 4.
3. Untuk jawaban Netral diberi nilai 3.
4. Untuk jawaban Tidak Setuju diberi nilai 2.
5. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju diberi nilai 1.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Dalam memperoleh data, penulis menggunakan data primer dan data sekunder. Berikut adalah penjelasan dari kedua jenis data tersebut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset (Malholtra, 2010). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada responden sebagai sumber informasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi (Malholtra, 2010). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal-jurnal, buku dan media *online* sebagai informasi pendukung penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini ada beberapa cara yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data antara lain :

- a. 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 beberapa kafe di kota Jombang.
- b. Dokumentasi yaitu mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, majalah dan internet yang memiliki relevansi dengan penelitian.

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkah-tingkah atau kesalahan suatu instrument Suharsimi (2014), suatu instrument dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mengetahui apakah instrumen yang telah disusun memiliki validitas atau tidak, maka akan dilakukan pengujian dengan menggunakan construct validity. Menurut Umar (2011), Validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Dalam uji validitas ini, penulis menggunakan validitas konstruk (construct validity) sehingga menggunakan teknik korelasi item total atau sering disebut juga (*Corrected Item Total Correlation*).

Skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sarwono, 2010), penentuan validitas didasarkan atas perbandingan nilai korelasi, produk moment lebih besar dibandingkan dengan 0,3 pada tingkat keyakinan 95% dapat diartikan bahwa item-item tersebut valid. Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden. Berikut hasil uji validitas item pernyataan.

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas

No item	Variabel	Dimensi	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r kritis	Keterangan
1	<i>Café Atmosphere (X1)</i>	<i>Exterior</i>	0.500	0,3	valid
2			0.361	0,3	valid
3			0.510	0,3	valid
4		<i>Interior</i>	0.776	0,3	valid
5			0.339	0,3	valid
6			0.832	0,3	valid
7		<i>Layout</i>	0.483	0,3	valid
8			0.483	0,3	valid
9		<i>Interior PointofInterestDisplay</i>	0.463	0,3	valid
10			0.463	0,3	valid
1	<i>Gaya Hidup (X2)</i>	Aktivitas	0.728	0,3	valid
2			0.833	0,3	valid
3			0.651	0,3	valid
4		Minat	0.434	0,3	valid
5			0.434	0,3	valid
6		Opini	0.928	0,3	valid
7			0.928	0,3	valid
1	Keputusan Pembelian (Y)		0.621	0,3	valid
2			0.594	0,3	valid
3			0.508	0,3	valid
4			0.712	0,3	valid
5			0.705	0,3	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

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

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara one shot (pengukuran sekali saja). Disini pengukuran hanya dilakukan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2016)

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkaskan pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas

No item	Variabel	Dimensi	Alpha	Koefisien α	Keterangan
1	<i>Café Atmosphere (X1)</i>	<i>Exterior</i>	0.640	0,6	Reliabel
2		<i>Interior</i>	0.786	0,6	Reliabel
3		<i>Layout</i>	0.650	0,6	Reliabel
4		<i>Interior Point of Interest Display</i>	0.627	0,6	Reliabel
1	Gaya Hidup (X2)	Aktivitas	0.857	0,6	Reliabel
2		Minat	0.603	0,6	Reliabel
3		Opini	0.962	0,6	Reliabel
1	Keputusan Pembelian (Y)		0.826	0,6	Reliabel

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variable mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat

dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variable dari kuesioner adalah reliable sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variable tersebut layak digunakan sebagai alat ukur

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisa deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket.

Untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

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

Rentan interval skor yaitu 0,8, artinya criteria kategori jawaban responden dengan rentan nilai 0,8 maka ditentukan skala intervalnya dengan cara sebagai berikut:

1. 1,0 – 1,8 = Rendah sekali
2. 1,81-2,6 = rendah
3. 2,61 -3,4 = Cukup

4. 3,41 – 4,2 = Tinggi

5. 4,21 - 5,0 = Sangat Tinggi

Sumber: (Sudjana, 2005)

3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Linear Berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linear antar beberapa variable bebas yang biasa disebut X1, X2 dan seterusnya dengan variable terikat yang disebut Y. Hubungan fungsional antara variable terikat dan variable bebas dibuat sebagai berikut:

Persamaan Umum:

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

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : *Konstanta*

b1, b2 : *Koefisien Regresi*

X1 : *Cafe Atmosphere*

X2 : Gaya Hidup

e : Kesalahan pengganggu (*Standard Error*)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda, agar dapat perkiraan yang tidak biasa maka dilakukan pengujian asumsi klasik. Adapun criteria persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi, yaitu sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yaitu data dengan bentuk lonceng, data tidak melenceng ke kiri dan ke kanan. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi $> 0,05$ dan jika $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal. Uji normalitas distribusi data dalam penelitian ini menggunakan uji *kolmogorovsmirnov*.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas juga pada prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas. Sedangkan jika varians tidak sama dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Uji ini menggunakan output dari SPSS melalui grafik *scatterplot*.

c. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut :

1. $VIF > 5$ maka diduga mempunyai persoalan multikolinearitas
2. $VIF < 5$ maka tidak terdapat multikolinearitas
3. $Tolerance > 0,1$ maka diduga mempunyai persoalan multikolinearitas
4. $Tolerance < 0,1$ maka tidak terdapat multikolinearitas

d. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi yaitu sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah kolerasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Oleh karena itu, apabila asumsi aouto kolerasi terjadi pada sebuah model prediksi, maka nilai disturbance tidak lagi berpasangan secara bebas, melainkan berpasangan secara aotokolerasi. Untuk dapat mendeteksi adanya autokorelasi dalam situasi tertentu memakai uji *DurbinWatsen* dengan nilai keputusan n ilai *Durbin Watsen* diatas nilai DU dan kurang dari nilai $4-DU$, $du < dw < 4-du$ dan dinyatakan tidak ada autokorelasi (Simamora, 2005).

3.8.4 Pengujian Hipotesis

3.8.4.1 Uji Parsial (Uji - t)

Uji Statistik-t dilakukan untuk melihat secara parsial bagaimana pengaruh variable bebas terhadap variable terikat. Model hipotesis yang digunakan dalam Uji Statistik-t ini adalah:

- a) $H^0 : b_1, b_2 = 0$, artinya variabel *cafe atmosphere* dan gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variable keputusan pembelian.
- b) $H_0 : b_1, b_2 \neq 0$, artinya variable *cafe atmosphere* dan gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variable keputusan pembelian.

3.8.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variable terikat. Jika semakin besar nilainya (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variable bebas (*Cafe Atmosphere* dan Gaya Hidup) adalah kuat terhadap variable keputusan pembelian (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variable *Cafe Atmosphere* dan Gaya Hidup yang diteliti terhadap variabel Keputusan Pembelian.