

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang mengungkap besar atau kecilnya suatu pengaruh atau hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam angka-angka, dengan cara mengumpulkan data yang merupakan faktor pendukung terhadap pengaruh antara variabel-variabel yang bersangkutan kemudian mencoba untuk dianalisis dengan menggunakan alat analisis yang sesuai dengan variabel-variabel dalam penelitian. (Sugiyono, 2011)

Jenis penelitian yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian verifikatif, pendekatan kuantitatif dan metodenya *explanatory* yang mana tujuannya adalah menelaah antar variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu. Dengan menggunakan skala pengukuran Likert, metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, kuisisioner, serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu responden diberi beberapa pertanyaan dalam bentuk angket/kuesioner, dengan demikian sumber datanya adalah data primer yaitu diambil langsung dari sampel dan dikumpulkan secara langsung.

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Dalam penelitian, lokasi yang dipilih adalah Borobudur Mall Jombang (Jl.KH. Abdurrahman Wahid). Obyek penelitian ini adalah Keragaman Produk dan *store atmosphere* terhadap keputusan konsumen membeli di Borobudur Mall Jombang.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.3.1 Definisi Operasional

Variable dalam hal ini adalah Keragaman produk dan *Store atmosphere* yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen keputusan konsumen membeli di Borobudur Mall Jombang.

1. Keragaman Produk (X1)

Mengacu pada Kotler dan Keller (2012), Bahwa keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.

Indikator-indikator keragaman produk adalah sebagai berikut :

- a. Ukuran produk yang beragam
- b. Jenis produk yang beragam
- c. Bahan produk yang beragam
- d. Desain produk yang beragam
- e. Kualitas produk yang beragam

2. *Store Atmosphere* (X2)

Mengacu pada Berman dan Evans (2010:509), ia mengemukakan bahwa store atmosphere terdiri dari empat elemen yang masing-masing elemen memiliki indikator.

Indikator-indikator *Store atmosphere* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Storefront (Tampak depan toko)
- b. Marquee (Simbol)
- c. Store Entrances (Pintu masuk)
- d. Parking Facilities (Fasilitas Parkir)
- e. Temperature (Suhu udara)
- f. Store Personel (Karyawan toko)
- g. *Store cleanliness* (Kebersihan toko)
- h. *Allocation Of Floor Space* (Alokasi ruangan-ruangan toko)
- i. *Mapping out in-store locations* (penentuan lokasi setiap lantai)
- j. *Arrangemenet of individual product* (penataan produk sesuai dengan jenis dan kelompoknya)
- k. *A Theme Setting Display* (Tampilan pengarturan tema)
- l. *A rack and case display* (rak pajang and case display)
- m. *A cut case and dump bin* (kotak atau tempat untuk membungkus barang)

3. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian Menurut Kotler dan Keller (2009:240) menyatakan bahwa, keputusan pembelian adalah konsumen membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) ada lima indikator keputusan nasabah memilih Bank sebagai berikut:

- a. Pengenalan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi Alternatif
- d. Keputusan pembelian
- e. perilaku pasca pembeli

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Keragaman Produk (X1) Benson (2007:136)		1. Ukuran produk yang beragam	X1.1 Produk yang disediakan Borobudur Mall tersedia dari produk kalangan anak-anak,dewasa sampai produk kalangan orang tua
		2. Jenis produk yang beragam	X1.2 Produk yang disediakan Borobudur Mall tersedia dari mulai produk kecantikan, kesehatan, dan juga kebutuhan sehari-hari
		3. Bahan produk yang beragam	X1.3 Produk yang disediakan Borobudur Mall memiliki bahan baku yang bermacam-macam
		4. Desain produk yang beragam	X1.4 Produk yang disediakan Borobudur Mall memiliki desain produk yang beragam
		5. Kualitas produk yang beragam	X1.5 Produk yang disdiakan Borobudur Mall tersedia dari mulai kualitas yang standart sampai kualitas yang bagus
Store Atmosphere (X2) Berman & Evan (2010:509)	1. <i>Eksterior</i>	1. <i>Storefront</i>	X2.1 Tampilan bangunan Borobudur Mall terlihat menarik
		2. <i>Marquee</i>	X2.2 Logo dan nama toko terlihat jelas
		3. <i>Store entrances</i>	X2.3 Tampilan pintu masuk toko sudah sesuai
		4. <i>Parking facilities</i>	X2.4 Fasilitas parkir yang disediakan sudah memadai
	2. <i>General Interior</i>	5. <i>Temperature</i>	X2.5 Suhu udara di dalam toko terasa sejuk
		6. <i>Store personel</i>	X2.6 Karyawan melayani dengan baik
		7. <i>Store cleanliness</i>	X2.7 Kebersihan toko sudah baik

**Lanjutan Tabel 3.1
Instrumen Penelitian**

	3. <i>Store Layout</i>	8. <i>Allocation of floor space</i>	X2.8 Alokasi ruangan toko sudah sesuai
		9. <i>Mapping out in-store locations</i>	X2.9 lantai Mall yang ditentukan sudah sesuai dengan kelompok produknya
		10. <i>Arrangement of individual product</i>	X2.10 Produk-produk ditata sesuai dengan jenis, warna, dan ukurannya
	4. <i>Interior (Point of purchase display)</i>	11. <i>A theme setting display (X2.13)</i>	X2.11 Tema yang diperlihatkan dihari besar sudah baik
		12. <i>A rack and case display</i>	X2.12 Rak pajang sudah ditata dengan rapi dan menarik
		13. <i>A cut case and dump bin</i>	X2.13 Tempat yang digunakan untuk membungkus barang belanja sudah baik dan sesuai
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Amstrong (2012:176-178)		1. Pengenalan masalah (Y.1)	Y.1 Saya membutuhkan pusat perbelanjaan yang bisa membuat saya nyaman
		2. Pencarian informasi (Y.2)	Y.2 Saya selalu mencari informasi tentang pusat perbelanjaan dari berbagai media
		3. Evaluasi alternatif (Y.3)	Y.3 Saya selalu membandingkan fasilitas setiap toko yang saya kunjungi
		4. Keputusan pembelian (Y.4)	Y.4 Saya memutuskan untuk mengunjungi Borobudur Mall Jombang
		5. Perilaku pasca pembelian (Y.5)	Y.5 Saya merasa puas dengan fasilitas yang diberikan Borobudur Mall Jombang

3.3.2 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah Skala Likert. Variabel di dalam kuesioner ini menggunakan skala *likert*, yaitu dengan menjabarkan variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Jawaban setiap instrumen mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Gradasi yang digunakan adalah :

Tabel 3.2
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2011

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Arikunto (2013:137) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen yang berkunjung dan membeli di Borobudur Mall Jombang sebanyak 115 konsumen.

3.4.2 Sampel

Sampel pada suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada. Ferdinand (2006:189), mengemukakan bahwa sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi.

Penentuan jumlah sampel minimum dihitung berdasarkan rumus berikut (Ferdinan, 2006) :

$$\begin{aligned} n &= \{ 5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan} \} \\ &= 5 \times 23 \text{ indikator} \\ &= 115 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, maka diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 115 responden.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Berbagai metode penentuan sampel merupakan cara-cara untuk meminimalisir kekeliruan generalisasi dari sampel ke populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non probability sampling*. Dengan menggunakan metode *Purposive sampling*.

Non probability sampling Menurut Sugiyono (2001: 60) adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan yang dimaksud metode *purposive sampling* adalah menyatakan bahwa *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono:2001). Menurut Margono (2004: 128), pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Sedangkan kriteria pemilihan sampel tersebut adalah :

1. Konsumen yang berkunjung di Borobudur Mall Jombang
2. Konsumen yang berbelanja di Borobudur Mall Jombang

3.5 Jenis dan Sumber Data, serta Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis dan sumber data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer.

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian (Sugiyono : 2011). Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini berdasarkan jawaban responden terhadap angket.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau dikumpulkan dari sumber lain seperti dari buku-buku, jurnal

pendukung yang berhubungan dengan penelitian ini. (Sugiyono, 2011).

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2002: 197) yang dimaksud dengan teknik pengumpulan data adalah “cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitiannya” berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa metode penelitian adalah cara yang dipergunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian.

Adapun teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu :

1. Kuisisioner

Kuisisioner atau angket menurut Sugiyono (2010 : 142) “angket atau kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”.

Kuisisioner dalam penelitian ini yaitu pertanyaan dan pernyataan tertulis yang diberikan kepada 135 responden mengenai pengaruh keragaman produk dan store atmosphere yang berdampak pada keputusan pembelian pada Borobudur Mall Jombang.

2. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2006: 206) “Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, literature, surat kabar, rapat, agenda, dan lain-lain.

Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu, mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, majalah dan internet yang memiliki relevansi dengan penelitian.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid (Sugiyono, 2007 : 172). Suatu instrument yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang digunakan dan mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Untuk menguji validitas digunakan uji Korelasi Product Moment dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1 Jika nilai r hitung $>$ nilai koefisien (0,30), maka dapat dikatakan bahwa indikator adalah valid
- 2 Jika nilai r hitung $<$ nilai koefisien (0,30), maka dapat dikatakan bahwa indikator tidak valid. (Sugiyono, 2011)

Adapun uji coba validitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji validitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Table 3.3
Uji Validitas

Variabel	Dimensi	Indikator	r hitung	Nilai Koefisien	Keterangan
Keragaman Produk (X1)		X1.1	0,825	0,30	Valid
		X1.2	0,428	0,30	Valid
		X1.3	0,799	0,30	Valid
		X1.4	0,614	0,30	Valid
		X1.5	0,707	0,30	Valid
Store Atmosphere (X2)	Exterior (X2.1)	X2.1.1	0,848	0,30	Valid
		X2.1.2	0,573	0,30	Valid
		X2.1.3	0,774	0,30	Valid
		X2.1.4	0,626	0,30	Valid
	General Interior (X2.2)	X2.2.1	0,848	0,30	Valid
		X2.2.2	0,573	0,30	Valid
		X2.2.3	0,774	0,30	Valid
	Store Layout (X2.3)	X2.3.1	0,626	0,30	Valid
		X2.3.2	0,848	0,30	Valid
		X2.3.3	0,573	0,30	Valid
	Interior (Point of Purchase display) (X2.4)	X2.4.1	0,774	0,30	Valid
		X2.4.2	0,626	0,30	Valid
X2.4.3		0,848	0,30	Valid	
Keputusan Pembelian (Y)		Y1.1	0,823	0,30	Valid
		Y1.2	0,510	0,30	Valid
		Y1.3	0,795	0,30	Valid
		Y1.4	0,697	0,30	Valid
		Y1.5	0,742	0,30	Valid

Berdasarkan tabel 3.3 maka diatas disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang terdapat pada variabel keragaman produk, dan store atmosphere diperoleh dari r hitung lebih besar dari nilai koefisien, hal ini berarti semua variabel adalah valid

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Uji Alpha Cronbach dengan criteria hasil pengujian sebagai berikut :

- 1 Jika nilai Alpha Cronbach hasil perhitungan $> 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian adalah reliable
- 2 Jika nilai Alpha Cronbach hasil perhitungan $< 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian tidak reliable. (Ghozali, 2012)

Adapun uji coba realibilitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji realibilitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.4
Uji Realibilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
X1	0,688	Alpha Cronbach $> 0,6$ maka reliable	Reliabel
X2	0,917		Reliabel
Y	0,751		Reliabel

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif item variabel terdiri dari lima item pertanyaan dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata – rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

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

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

0,8 – 1,8 = sangat buruk

1,9 – 2,6 = buruk

2,7 – 3,4 = cukup

3,5 – 4,2 = baik

4,3 – 5,0 = sangat baik (Sudjana, 2012)

3.7.2 Analisis Inferensial

Analisis inferensial adalah metode yang berhubungan dengan teknik analisis data pada sampel yang digunakan untuk menentukan sejauh mana kesamaan antara hasil yang diperoleh dari sampel dengan hasil yang didapat pada populasi secara keseluruhan. Jadi analisis ini

membantu peneliti untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi berdasarkan peluang dengan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak atau random (Sugiyono, 2012).

3.7.3 Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan sebagai penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Regresi linier berganda adalah analisis regresi yang menjelaskan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Bentuk persamaan regresi linier berganda yaitu :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Keragaman Produk

X2 = *Store Atmosphere*

$\beta_0, \beta_1, \beta_2$ = Parameter koefisien regresi variabel bebas

e = Variabel kesalahan

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang dilakukan untuk menganalisis asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam penggunaan regresi. Uji asumsi klasik ini bertujuan agar menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik dari model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil.

Dengan terpenuhinya asumsi-asumsi tersebut maka hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan (Hasan, Iqbal, 2002). Adapun asumsi-asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi. (Ghozali, 2012)

3.8.1 Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas, keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas dilakukan terhadap residu data penelitian dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Pengujian normalitas data dilakukan dengan criteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian adalah normal
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian tidak normal. (Ghozali, 2012)

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dilakukan dengan menganalisis nilai *Tolerance* dan *Variance Influence Factor* (VIF) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance $< 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas.

2. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas. (Ghozali, 2012)

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menganalisis terjadinya masalah heteroskedastisitas, dilakukan dengan menganalisis Grafik Scatter Plot dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika sebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya berada di atas dan di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas
2. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya hanya berada di atas atau di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terdapat masalah heteroskedastisitas. (Ghozali, 2012)

3.8.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional*. Autokorelasi merupakan korelasi *time series* (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi

adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika $D - W$ sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika nilai $D - W$ diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi. (Ghozali, 2012)

3.9 Uji Hepotesis

3.9.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen. (Ghozali, 2012)

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien regresi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu Ghozali (2012). Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted* R^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted* $R^2 = R^2 = 1$, sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka *adjusted* $R^2 = (1 - k)/(n-k)$. Jika $k > 1$, maka *adjusted* R^2 akan bernilai positif. (Ghozali, 2012)