

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara penulis langsung ke lapangan untuk memperoleh data dan informasi yang berkenaan dengan permasalahan yang akan diteliti (Supardi, 2005, hal.34).

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan variabel *store atmosphere*, kemenarikan desain produk dan *discount*. Pendekatan penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sitoyo, 2015, hal.27). dalam penelitian kuantitatif, analisis data yang dilakukan secara kronologis setelah data selesai dikumpulkan semua dan biasanya diolah dan dianalisis dengan secara *computerized* berdasarkan metode analisis data yang telah ditetapkan dalam desain penelitian (Sitoyo, 2015, hal.110).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di distro House Of Smith Banjarmasin yang terletak di Jl. Kp. Melayu Darat No. 57, Melayu, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70122. House of Smith merupakan salah satu toko *fashion* laki-

laki yang ada di Banjarmasin, yang menjual brand sendiri dengan berbagai macam produk seperti: baju, jaket, tas, dan lain-lain. House Of Smith juga memiliki akun sosmed Instagram dan Shopee yang digunakan untuk memajang produk yang dijual dan checkout bagi pelanggan online. Instragram: @houseofsmith.bjm dan Shopee: House Of Smith Authorized Store Banjarmasin.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi tempat penelitian (Moleong, 2010, hal. 132). Subjek penelitian ini adalah responden atau konsumen yang ada Distro House Of Smith Banjarmasin.

Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid* dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu) (Sugiyono, 2017, hal. 41). Objek penelitian pada penelitian ini adalah variabel-variabel yang diajukan yaitu: *store atmosphere* (X_1), kemenarikan desain produk (X_2) dan *discount* (X_3) dan keputusan penelitian (Y).

D. Populasi dan Sampel

Menurut (Arikunto, 2010, hal. 173) menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2012, hal. 80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan

populasi masyarakat kota Banjarmasin yang pernah belanja di distro house of smith dimana jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Oleh karena itu untuk penelitian ini dilakukan pengambilan sampel.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2012, hal. 116). Metode yang digunakan peneliti adalah metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode *non probability sampling* merupakan teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sitoyo, 2015). Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012, hal. 126). Hal ini dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan dengan atas strata, random, atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tersebut. Untuk menentukan ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow yang mana dengan standar kesalahan sebanyak 10%. Adapun syarat yang dapat dijadikan sumber data sebagai berikut:

1. Masyarakat Kota Banjarmasin.
2. Laki-laki usia 15-35 tahun.
3. Pernah belanja di distro house of smith.

$$\text{Rumus Lemeshow: } n = \frac{z^2 p (1-p)}{\alpha^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 90% = 1,65

p = Maksimal estimasi = 50%

$$d = \text{Alpha } (0,1) = 10\%$$

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{\alpha^2}$$

$$n = \frac{1,65^2 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{(2,7225) (0,25)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,680625}{0,01}$$

$$n = 68,0625$$

Berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah $68,0625 = 68$ orang, sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 68 orang.

E. Data dan Sumber Data

Yang di maksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto, 2010, hal. 174). Sumber data pada penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer adalah metode pengumpulan data secara langsung baik itu melalui observasi dari lapangan, wawancara narasumber, maupun penyebaran angket yang semua itu yang didapatkan langsung dari masyarakat ataupun pihak terkait dengan penelitian (Ali, 2010, hal 12). Data primer pada penelitian ini merupakan hasil jawaban responden tentang pengaruh dari variabel *store*

atmosphere, kemenarikan desain produk dan *discount* terhadap keputusan pembelian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mencakup dokumen-dokumen resmi buku-buku (sumber bacaan), hasil-hasil yang berwujud laporan, buku harian dan seterusnya (Ali, 2010, hal. 12). Adapun data sekunder pada penelitian ini ialah buku atau literature yang sejalan dengan penelitian ini baik itu dari artiker, web, maupun sejenisnya.

F. Metode Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu (Tanzeh, 2009, hal. 53). Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Tanzeh, 2009, hal. 50). Untuk mengumpulkan data pada penelitian ini menggunakan sebagai berikut:

1. Metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung (Tanzeh, 2009, hal. 106). Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian yang bertempat di distro House Of Smith Banjarmasin.

2. Metode angket (kuesioner) adalah suatu data yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden (orang-orang yang menjawab atas pertanyaan yang diajukan untuk kepentingan penelitian), terutama pada penelitian survei (Narbuko, 2010, hal. 76).

G. Desain Pengukuran dan Instrumen Kuesioner

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017, hal. 132). Variabel yang akan diukur akan menjadi indikator, kemudian indikator dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun instrument penelitian yang menjadi pertanyaan kuesioner penelitian. Adapun untuk skor skala *likert* dalam penelitian ini sebagai berikut.

Sangat setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Cukup/netral	= 3
Tidak setuju (TS)	= 2
Sangat tidak setuju (STS)	= 1

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesipik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2017, hal. 132). Intrumen kuesioner dalam penelitian ini dugunakan untuk mengukur tanggapan konsumen terhadap keputusan

pembelian di distro house of smith Banjarmasin. Kuesioner pada penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup karena responden hanya memberikan jawaban berupa tanda centang pada kolom pertanyaan yang diberikan peneliti adapun kisi-kisi instrument penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1 Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Skala pemikiran
<i>Store Atmosphere (X1)</i>	1. <i>Exterior</i> 2. <i>General Interior</i> 3. <i>Store Layout</i> 4. <i>Interior Display</i>	Skala <i>likert</i>
Kemenarikan Desain Produk (X2)	1. Ciri-Ciri 2. Kinerja 3. Model (<i>Style</i>)	Skala <i>likert</i>
<i>Discount (X3)</i>	1. Kemenarikan program potongan harga 2. Ketepatan program potongan harga dalam mempengaruhi pembelian 3. Frekuensi program potongan harga	Skala <i>likert</i>
Keputusan pembelian (Y)	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Jumlah pembelian	Skala <i>likert</i>

H. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara variabel *independen* (X) dengan variabel *dependen* (Y), analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel X dan Y apakah mempunyai pengaruh positif maupun negatif.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas Kuesioner

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur sekiranya peneliti ini mengukur kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya. Setelah kuesioner tersebut tersusun dan teruji validitasnya, dalam praktek belum tentu data yang terkekumpulkan adalah data yang valid. Banyak hal-hal yang akan mengurangi validitas data: misalnya apakah si pewawancara yang mengumpulkan data betul-betul mengikuti petunjuk yang telah ditetapkan dalam kuesioner (Kuncoro & Mudrajad, 2009, hal. 3)

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah indek yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel (Kuncoro & Mudrajad, 2009, hal. 82). Untuk menguji reabilitas menggunakan rumus *alpha Cronbach* karena data yang diukur berupa data dengan skala *likert*.

Kriteria pengujian jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikan 0,1, maka alat ukur tersebut reliabel. Begitu pula sebaliknya jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut tidak reliabel. Dalam uji reabilitas peneliti menggunakan SPSS22.

2. Uji asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan ujian normalitas adalah ingin mengetahui apakah model regresi antara variabel terikat dan juga variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak.

b. Uji Multikolinelitas

Uji multikolinelitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (ghozali, 2013, hal. 105).

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terjadi korelasi antar kesalahan pengganggu pada satu periode dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Untuk mendeteksinya dapat dilakukan uji Durbin-Watson (D-W). Penentuan pengambilan keputusan autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $D-W > d_U$, maka tidak ada autokorelasi
- 2) Jika $D-W < d_L$, maka terjadi autokorelasi
- 3) Jika $d_L < D-W < d_U$, maka tidak dapat dideteksi

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (Ghozali, 2013, hal. 139).

3. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut (Sugiyono, 2012, hal. 210) bahwa penerapan analisis sederhana merupakan analisis regresi linier digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya), jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut (Sujarweni, 2015, hal. 160):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan

Y = Variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi X_1

b_2 = Koefisien regresi X_2

b_3 = Koefisien regresi X_3

X_1 = Variabel *independen* yaitu *store atmosphere*

X_2 = Variabel *independen* yaitu kemenarikan desain produk

X_3 = Variabel *independen* yaitu *discount*

e = Erorterm

a. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Fungsi dari uji R^2 yaitu untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Uji R^2 dinyatakan dalam presentase yang nilainya berkisaran antara $0 < R^2 < 1$. Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut.

- 1) Jika nilai R^2 mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin kecil.
- 2) Jika nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin kuat.

b. Uji simultan (Uji F)

Fungsi uji F yaitu untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam persamaan regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen (Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, 2012, p. 34). Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan dk pembilang k dan dk penyebut n- k-1 dan $\alpha = 0,1$ maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima.
- 2) Jika $sig. < 0,1$ maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima.

c. Uji Hipotesis (Uji T)

Digunakan untuk menguji apakah pertanyaan hipotesis benar. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel terikat.

Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut (Sugiyono, 2012, hal. 34):

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $dk = n-2$ dan $\alpha = 0,1$, maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima.
- 2) Jika $sig. < 0,1$ maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima.