

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Tipe riset yang digunakan dalam riset ini ialah tipe (*Field Research*) yang digunakan didalam warga yang sesungguhnya buat menciptakan realita apa yang lagi terjalin. Pendekatan yang digunakan oleh penulis dalam riset ini merupakan pendekatan kuantitatif. pendekatan kuantitatif merupakan riset yang bekerja dengan angka, yang informasinya berbentuk bilangan(skor ataupun nilai, peringkat ataupun frekuensi) yang dianalisis dengan memakai statistik buat menanggapi persoalan ataupun hipotesis riset yang sifatnya khusus, serta buat melaksanakan prediksi kalau sesuatu variabel utamanya merupakan ilustrasi yang diambil wajib representatif(bisa mewakili)..¹ Pendekatan yang periset pakai ialah pendekatan kuantitatif yang menekankan analisisnya pada data- data numerical(angka) yang diolah dengan tata cara statistika.² Riset ini bertabiat deduktif, iktikad dari deduktif merupakan berangkat dari suatu yang bertabiat universal setelah itu berhubungan dengan aspek- aspek suatu yang spesial.

Proses dalam penelitian ini melakukan pendekatan yang diawali dengan Proses dalam riset ini melaksanakan pendekatan yang dimulai dengan memilah tata cara riset setelah itu menyusun instrumen riset yang digunakan selaku perlengkapan pengumpulan informasi yang bisa berupa test, angket ataupun kuesioner. Saat sebelum intrument digunakan buat pengumpulan informasi, hingga intrument riset wajib terlebih dulu diuji validitas serta reliabilitasnya. Metode pengumpulan informasi dengan metode memastikan instrument- instrument riset, memastikan tata cara yang hendak digunakan, setelah itu menyebar kuesioner kepada responden yang jadi ilustrasi dalam riset, serta setelah itu menganalisis informasi yang telah dikumpulkan buat menanggapi rumusan permasalahan serta menguji hipotesis yang diajukan.³

¹ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Stain Kudus, 2009), 7.

² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupeuss, 2015), 39.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 26.

B. Populasi dan Sampel

Populasi ialah daerah generalisasi yang terdiri atas, objek ataupun subjek yang memiliki mutu serta ciri tertentu yang diresmikan oleh periset buat dipelajari serta setelah itu ditarik akhirnya.⁴ Populasi terdiri atas objek ataupun subjek yang memiliki mutu serta ciri tertentu yang diresmikan oleh periset buat dipelajari serta ditarik akhirnya. Populasi bukan cuma orang, namun pula objek serta benda- benda alam yang lain. Populasi meliputi segala ciri ataupun watak yang dipunyai oleh subjek ataupun objek itu, bukan hanya jumlah yang terdapat pada objek ataupun subjek yang dipelajari. Populasi pada riset ini merupakan konsumen di Istana Ayam Barongan Kudus berjumlah 623 konsumen yang sudah membeli di Istana Ayam Barongan. Populasi yang berjumlah 623 diperoleh dari satu Minggu pertama mulai tanggal 1 sampai 7 bulan November 2021 yang meliputi hari Senin 83 konsumen, Selasa 78 konsumen, Rabu 69 konsumen, Kamis 86 konsumen, Jum'at 75 konsumen, Sabtu 98 konsumen, dan Minggu 134 konsumen, jadi populasi pada riset ini berjumlah 623 konsumen.⁵

Tipe ilustrasi yang diambil wajib mencerminkan populasi. Ilustrasi bisa didefinisikan selaku sembarang himpunan yang ialah bagian dari sesuatu populasi. Ilustrasi merupakan sebagian dari jumlah populasi yang mempunyai ciri cocok dengan populasi. Apabila jumlah dari populasi tersebut banyak, hingga periset tidak bisa jadi menekuni seluruh populasi, disebabkan terdapatnya keterbatasan tenaga, waktu, ataupun dana, hingga periset bisa memakai ilustrasi yang sudah diambil dari populasi tersebut. Hingga dari itu ilustrasi yang diambil bisa representative(mewakili) dari totalitas jumlah populasi yang terdapat.⁶

Metode pengambilan ilustrasi pada riset ini memakai nonprobability sampling dengan memakai accidental sampling ialah metode pengambilan ilustrasi bersumber pada kebetulan, ialah siapa saja yang kebetulan berjumpa dengan periset yang telah sempat melaksanakan pembelian di Istana Ayam Barongan Kudus bisa digunakan selaku ilustrasi, apabila dilihat orang yang ditemui sesuai buat dijadikan sumber informasi.⁷

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 117.

⁵ Wawancara Dengan Mochammad Ariq Ajaba selaku pegawai di Istana Ayam Barongan Kudus, pada 22-11-2021.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 118.

⁷ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 78-79.

Ada pula metode dalam riset ini yang digunakan buat memastikan jumlah ilustrasi, ialah memakai rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel yang akan dicari

N = Ukuran populasi

E = besaran kesalahan yang diharapkan.

Berdasarkan rumus Slovin menghasilkan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{623}{1 + 623 \cdot (0,1)^2} \\ &= \frac{623}{1 + 623 \cdot 0,01} \\ &= \frac{623}{1 + 6,23} \\ &= \frac{623}{7,23} \\ &= 86,168 \end{aligned}$$

Dari Perhitungan diatas, periset membutuhkan ilustrasi sebanyak 86, 168 konsumen buat mewakili populasi dari 623 konsumen yang setelah itu dibulatkan jadi sebanyak 90 responden.

C. Identifikasi Variabel

Variabel riset merupakan sesuatu atribut ataupun nilai dari orang, objek maupun aktivitas yang memiliki alterasi tertentu yang sudah diresmikan oleh periset buat dipelajari serta ditarik akhirnya. Identifikasi variabel yang digunakan dalam riset ini merupakan selaku berikut:

1. Variabel Independen (variabel leluasa), ialah variabel stimulus yang pengaruhi ataupun jadi karena perubahannya sehingga munculnya variabel *dependen* (terikat). Dalam riset ini yang jadi variabel independen merupakan Posisi (X1), serta Store Atmosphere (X2)
2. Variabel Dependen (variabel terikat) ialah variabel yang dipengaruhi oleh variabel leluasa (variabel independen). Ada pula yang jadi variabel independen dalam riset ini ialah Keputusan Pembelian (Y)⁸

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 61.

D. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan mendefinisikan variabel secara operasional bersumber pada ciri yang diamati yang membolehkan periset buat melaksanakan observasi ataupun pengukuran secara teliti terhadap sesuatu objek ataupun fenomena.⁹ Dalam riset ini, ada variabel dependen(Y) yang digunakan merupakan keputusan pembelian, sebaliknya variabel independenya ialah pemakaian posisi(X1) serta store atmosphere(X2).

1. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian ialah inti dari sikap konsumen, dimana konsumen melaksanakan aksi yang berhubungan dengan pemakaian produk serta jasa cocok yang diperlukan buat mengenali tanda- tanda sikap konsumen berbentuk keputusan pembelian, ada sebagian penanda, diantaranya:

- Pemilihan produk
- Waktu pembelian
- Jumlah pembelian
- Kemauan buat membeli produk.¹⁰

2. Lokasi (X₁)

Christina Whidya Utami berkata kalau posisi merupakan aspek utama dalam pemilihan posisi konsumen, pemilihan posisi yang pas serta gampang hendak pengaruhi keberlangsungan pertumbuhan kedepannya.¹¹ Penanda menimpa posisi meliputi, ialah:

- Akses, contohnya posisi yang gampang dijangkau serta dilalui oleh siapa saja, ataupun kendaraan.
- Visibilitas, posisi yang bisa dilihat dengan gampang serta jelas.
- Kemudian lintas (*traffic*), ada 2 pertimbangan:
 - Banyaknya orang lalu- lalang, sehingga besar mungkin membagikan kesempatan terbentuknya pembelian.
 - Kepadatan orang serta kemacetan kemudian lintas menjadikan kesempatan terbentuknya sesuatu pembelian.

⁹ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 122, <https://books.google.co.id/books?id=tretDwAAQBAJ&pg=PA122&dq>.

¹⁰ Sufie Halala Ramadhanti, "Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5 No. 1 (2017): 3.

¹¹ Cristina Whidya Utami, *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 93.

- d. Tempat parkir yang luas, aman, buat seluruh tipe kendaraan baik kendaraan roda 2, ataupun kendaraan roda 4..¹²
3. *Store Atmosphere* (X_2)
Store atmosphere (atmosfer toko) ialah sesuatu yang terencana cocok keadaan pasar sasaran nya buat menarik atensi konsumen sehingga melaksanakan pembelian..¹³
 - a. *Instore Atmosphere*
Instore atmosphere ialah pengaturan yang terdapat di dalam ruangan diantara lain, ialah:
 - 1) Desain rungan
 - 2) Tata letak
 - 3) Musik
 - 4) Tata cahaya
 - 5) Aroma
 - b. *Outstore Atmosphere*
Outstore atmosphere ialah pengaturan yang terdapat di luar ruangan diantara lain, ialah:
 - 1) Posisi yang strategis
 - 2) Penempatan pintu masuk yang tepat
 - 3) Wujud pintu masuk yang menarik
 - 4) Tata sinar luar ruangan
 - 5) Logo industri bisa dilihat dengan gampang..¹⁴

E. Teknik Pengumpulan Data

Tata cara pengumpulan informasi disesuaikan dengan kondisi serta keadaan objek yang diteliti, keahlian memakai waktu serta tenaga dalam aktivitas melaksanakan pengumpulan informasi. Sebaliknya metode pengumpulan informasi pata riset ini dengan metode:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan informasi yang dicoba dengan metode berikan sebagian persoalan ataupun persoalan tertulis kepada responden buat dijawab..¹⁵ Kuesioner

¹² Agustini Tanjung, *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*, *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, Vol. 05, N0. 03-Desember (2020), 7-8.

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2005), 189.

¹⁴ Denny Kurniawan dan Yohanes Sondang Kunto, 'Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Departement Store Cabang Supermall Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1, No. 2, (2013): 4.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 199.

disusun dengan memakai skala, yang digunakan dalam riset ini merupakan skala likert, untuk mengukur perilaku, komentar serta anggapan seorang ataupun kelompok tentang fenomena sosial. Skala ini mengukur subjek ke dalam 5 poin skala dengan interval yang sama. Dengan demikian jenis informasi yang digunakan merupakan jenis interval.¹⁶

Jawaban tiap item skala likert memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, dalam riset ini merupakan selaku berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
 - b. Setuju (S) diberi skor 4
 - c. Ragu-ragu (RG) diberi skor 3
 - d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.
2. Wawancara

Metode wawancara adalah pengumpulan data melalui cara tanya jawab, bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka untuk betukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.¹⁷ Hal ini dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan juga. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang toko Istana Ayam Barongan Kudus.

3. Dokumentasi

Tata cara dokumentasi merupakan tata cara yang digunakan buat mencari informasi menimpa hal- hal ataupun variabel yang berbentuk catatan, postingan, gambar, artefac serta benda- benda tertulis yang lain. Tata cara ini digunakan observer buat mendapatkan informasi tentang suasana ataupun cerminan universal.¹⁸

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 45.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 317.

¹⁸ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2013), 201.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

Pada riset ini, buat menguji mutu informasi dicoba dengan

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan buat mengukur valid tidaknya sesuatu kuesioner. Sesuatu kuesioner dikatakan valid apabila ada kesamaan antara informasi yang terkumpu dengan informasi yang sebetulnya terjalin pada objek yang diteliti.¹⁹ Pada penelitian ini, akan dilakukan uji validitas pada:

- 1) Uji validitas variabel posisi.
- 2) Uji validitas variabel *store atmospheranya*.
- 3) Uji validitas variabel keputusan pembelianya.

Penanda pada persoalan dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel serta nilai positif..

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan perlengkapan buat mengukur sesuatu kuesioner yang ialah penanda dari variabel. Apabila koefisien Cronbach Alpha (α) $> 0,60$ tarif signifikansi, maka instrumen dikatakan reliabel.²⁰ Sesuatu kuesioner dikatakan reliabel ataupun profesional apabila bila jawaban seorang terhadap persoalan merupakan tidak berubah- ubah dari waktu ke waktu.²¹

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan buat menguji apakah model regresi ditemui terdapatnya korelasi antar variabel leluasa(independen). Model regresi yang baik sepatutnya tidak terjalin korelasi diantara variabel independen. Multikolonieritas bisa dilihat dari nilai tolerance serta lawannya, variance inflation factor(VIF). Nilai cutoff yang universal dipakai buat menunjukkan multikolonieritas

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*, 51.

²⁰ Arif Rahmat, dkk., “Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, *Journal of Economic Studies*, Vol.4, No. 1, Januari-Juni 2020, 48.

²¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*, 45.

merupakan nilai $tolerance \leq 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.²²

b. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan buat menguji apakah model regresi linier terdapat korelasi antara variabel pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (tadinya). Bila terjalin korelasi, hingga dinamakan terdapat problem autokorelasi. Autokorelasi timbul sebab, observasi yang berentetan selama waktu berkaitan satu sama lain. Permasalahan ini mencuat sebab residual (kesalahan pengganggu tidak leluasa dari satu observasi yang lain.

Pengambilan keputusan terdapat ataupun tidaknya autokorelasi bisa didasarkan pada kriteria berikut:²³

Tabel 3.1
Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_1$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$0 < d < du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4-d_1 < d < 4_1$
Tidak ada autokorelasi negatif	No decision	$4-du < d < 4- d_1$
Tidak ada autokorelasi	Tidak ditolak	$Du < d < 4- du$

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan buat menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu ataupun residual memiliki distribusi wajar ataupun tidak. Model regresi yang baik merupakan mempunyai distribusi informasi wajar ataupun mendekati wajar. Tetapi uji ini bisa dicoba pada tiap variabel, dengan logika kalau bila secara individual tiap- tiap variabel penuh anggapan normalitas, hingga secara bersama- sama(multivariante) variabel- variabel tersebut pula dikira penuh anggapan normalitas.²⁴

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjalin ketidaksamaan variance dari residual

²² Arif Rahmat, dkk., “Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, *Journal of Economic Studies* 4, no. 1 (2020): 41.

²³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 111.

²⁴ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 187.

satu pengamatan ke pengamatan lain. Bila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain senantiasa, hingga terjalin homoskedastisitas. Model regresi yang baik merupakan yang homoskedastisitas ataupun tidak terjalin heterokedastisitas. Tata cara yang digunakan merupakan tata cara chart(diagram Scatterplot). Dimana penyebaran titik-titik tidak berpola, dan menyebar keatas serta dibawah 0 pada sumbu Y, hingga tidak terjalin heterokedastisitas.²⁵

3. Uji Analisis Data

a. Analisis Data Regresi Berganda

Analisis ini digunakan menguji hipotesis dari riset yang sudah diformulasikan tadinya, ialah buat mengenali apakah terdapat pengaruh antara variabel posisi serta store atmosphere terhadap keputusan pembelian. Dalam peneltian ini memakai rumus persamaan regresi berganda buat menganalisa informasi. Wujud persamaan regresi berganda merupakan selaku berikut:

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

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian

a : Konstanta

b₁ : Koofesien regresi variabel lokasi

b₂ : Koofesien regresi variabel *store atmosphere*

X₁ : Lokasi toko

X₂ : Store Atmosphere

e : Pengganggu.²⁶

b. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi Pada intinya mengukur seberapa jauh keahlian model dalam menerangkan alterasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi merupakan antara nol serta satu. Nilai R² yang kecil berarti keahlian variabel- variabel independen dalam menarangkan alterasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel- variabel independen membagikan nyaris

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*, 137-138.

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*, 98-99.

seluruh data yang diperlukan buat memprediksi alterasi variabel dependen.²⁷

c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t menampilkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan alterasi variabel dependen. Metode melaksanakan uji t merupakan selaku berikut:

- 1) Quick look, apabila jumlah degree of freedom(df) merupakan 20 ataupun lebih, serta derajat keyakinan sebesar 5%, hingga H_0 yang melaporkan sesuatu parameter(β_i)= 0 bisa ditolak apabila nilai t lebih besar dari 2(dalam nilai mutlak).
- 2) Menyamakan nilai statistik t dengan titik kritis bagi tabel. Bila nilai t hitung lebih besar dari t tabel, hipotesis alternatif diterima serta melaporkan variabel independen secara individual pengaruhi variabel dependen.

d. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F menampilkan apakah seluruh variabel independen dalam model memiliki pengaruh secara bersama- sama terhadap variabel dependen.²⁸ Kriteria pengambilan keputusan merupakan selaku berikut:

- 1) Quick look, bila nilai F lebih besar dari 4 hingga H_0 bisa ditolak pada derajat keyakinan 5%, dengan kata lain hipotesis alternatif diterima, yang melaporkan kalau seluruh variabel independen secara serentak serta signifikan pengaruhi variabel dependen.
- 2) Menyamakan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F bagi tabel. Bila nilai F hitung lebih besar dari F tabel hingga H_0 ditolak serta H_A diterima.²⁹

²⁷ Imam Ghazali, Aplikasi *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 97.

²⁸ Arif Rahmat, dkk., “Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”,50.

²⁹ Imam Ghazali, Aplikasi *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 97-99.