

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian explanatory dengan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dalam pengumpulan data, dengan menggunakan kuesioner. Penelitian explanatory adalah penelitian yang bertujuan menelaah kausalitas antar variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu untuk menjelaskan atau membuktikan hubungan atau pengaruh antar variabel melalui pengujian hipotesis (Jumliadi *et al*, 2020). Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, dimana telah disediakan alternatif jawaban sehingga responden hanya perlu memberi tanda pada jawaban yang dipilih. Metode kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti sebuah populasi atau sampel tertentu. mengumpulkan data menggunakan instrument penelitian, menganalisis data statistic untuk tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan di Ghealsy Store Malang Jl. Raya Jetis No.19a, Jetis, Mulyoagung, Kec. Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur 65151.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi yaitu sekumpulan objek yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian (penelaahan) dengan ciri mempunyai karakteristik yang sama. Menurut Sugiyono (2019) populasi diartikan sebagai daerah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik khusus yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Ghealsy Store Malang.

3.3.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2019) Merupakan suatu sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling yaitu peneliti memilih sampel purposive secara subyektif (Ferdinand, 2006). Pemilihan sampel bertujuan dilakukan karena mungkin saja peneliti telah memahami informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki karena memang mereka memiliki informasi seperti itu dan mereka memenuhi kriteria yang dilakukan oleh peneliti. Calon responden harus memiliki kriteria tertentu yaitu, responden yang dipilih merupakan konsumen yang minimal sekali pernah melakukan pembelian di Ghealsy Store Malang dan rentang usia mulai dari 18 tahun.

Dalam penelitian ini penentuan jumlah minimal sampel dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2006).

$$\begin{aligned} n &= \{5 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}\} \\ &= 5 \times 20 \text{ indikator} \\ &= 100 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus Ferdinand dapat diketahui jumlah sampel sebanyak 100 sampel, dengan demikian jumlah sampel sebanyak 100 responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019) yang dimaksud dengan definisi operasional ialah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau “mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Kualitas Produk	Persepsi konsumen terhadap kualitas produk Ghealsy Store Malang.	1) Kemampuan produk dalam menunjukkan aspek fungsional suatu barang . 2) Kemampuan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya dalam periode waktu tertentu. 3) kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya 4) refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang. 5) Estetika produk yang berifat subyektif.
2.	<i>Boutique Store Atmosfer</i>	Suasana toko yang didapatkan oleh konsumen ketika sedang berbelanja. konsumen	1) Pemberian pencahayaan butik menraik perhatian konsumen.

		<p>berbelanja merasakan komunikasi visual,pencahayaan aroma dan kombinasi fisik yang dirasakan sehingga menimbulkan efek emosional khusus ketika berbelanja sehingga dapat memutuskan keputusan pembelian di Ghealsy Store Malang.</p>	<p>2) Pemberian tata letak barang dengan penataan butik yang benar.</p> <p>3) Pemberian suhu dalam ruangan butik haruslah dengan suhu yang nyaman</p> <p>4) Menciptakan butik aroma,desain dan warna ruangan serta musik.</p> <p>5) Terdapat ornamen hiasan yang disukai wanita</p> <p>6) Desain menunjukkan kesan feminim</p>
3.	Kualitas Pelayanan	<p>Bagaimana konsumen merasakan kualitas pelayanan yang didapat saat berbelanja sehingga konsumen menimbulkan keputusan pembelian di Ghealsy store malang.</p>	<p>1) Perusahaan menunjukkan kekuatan perusahaan yang baik</p> <p>2) Kemampuan dalam memberikan pelayanan yang tepat</p> <p>3) Pegawai memiliki sopan santun dan paham , komunikasi yang baik</p> <p>4) Perhatian yang tulus serta paham akan keinginan yang didapatkan oleh pelanggan</p> <p>5) Pemberian ketepatan dalam memberikan</p>

			pelayanan dan mau membantu pelanggan
4.	Keputusan Pembelian	Hasil dari berbagai pertimbangan dan keputusan final yang didapat konsumen sebelum memutuskan pembelian mencakup kualitas yang didapat pada produk, suasana toko yang nyaman dan pelayanan yang didapat kan konsumen sehingga menimbulkan keputusan pembelian di Ghealsy store malang.	<p>1) keputusan pembelian dipengaruhi oleh produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen.</p> <p>2) produk dianggap memberikan manfaat yang nyata bagi konsumen</p> <p>3) harga produk yang sebanding dengan kualitasnya</p> <p>4) pembelian berulang mencerminkan keadaan konsumen merasa puas dengan transaksi sebelumnya dan ingin melakukan pembelian di masa mendatang.</p>

3.5 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer

1.Data Primer

Data primer adalah hasil tabulasi dari jawaban responden. Data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti yang diperoleh langsung dari responden. Data primer didapatkan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan

pertanyaan tertutup.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Pengelompokan menggunakan skala likert salah satu sarana untuk memudahkan responden untuk menjawab, di dalamnya terdapat fitur pengelompokan pernyataan dan penilaian yang dimulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator jawaban seperti instrument yang digunakan pada skala likert. Jawaban responden berupa pilihan dari 5 (lima) alternatif yang ada pada tabel.

Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert

Pernyataan	Penilaian
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Dengan program analisis yang digunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) alat untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan mengenai pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan testimoni pelanggan terhadap Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut :

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas Data

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur antara data yang terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Uji signifikansi

dilakukan dengan cara nilai r hitung dibandingkan dengan nilai r tabel. Penentuan layak atau tidaknya suatu item ditentukan dengan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,1 yang berarti suatu item dapat dikatakan valid jika memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilainya positif maka item dinyatakan valid sedangkan jika r lebih kecil dari r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang dapat digunakan berkali-kali saat mengukur objek yang sama dan menghasilkan data yang sama Sugiyono (2019). Uji reliabilitas digunakan sebagai alat untuk mengukur kuesioner, yang merupakan indikator variabel konstruk. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel atau dapat diandalkan jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas 100 kuesioner ini diuji dengan menggunakan teknik Cronbach Alpha.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah asumsi yang dibutuhkan dalam regresi terpenuhi atau bebas dari gangguan multikolinieritas, heteroskedastisitas, agar hasilnya lebih akurat dan prosesnya lebih cepat.

1. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah pengujian apakah model regresi ditemukan adanya masalah diantara variabel independen. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas menguji Tolerance value diatas angka 0,1 sedangkan batas VIF adalah 1 (Sugiyono, 2019). Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas yang dalam penelitian ini adalah variabel usia, latar belakang pendidikan motivasi, dan kepemimpinan. Untuk mendeteksi ada tidaknya

multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a). Nilai yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- b). Menganalisis matrik korelasi variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
- c). Dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karna $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinieritas tinggi. Nilai cut off yang secara umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.

3.9 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah uji kondisi dimana varian dari nilai sisa adalah tidak sama (unequal) antara satu observer (pengamatan) dengan observer lainnya. Jika varian dan nilai sisa sama (equal) antara uji heteroskedastisitas maka kondisi ini disebut dengan kondisi homoskedastisitas. Jika hasil antara variance dengan residual membentuk suatu pola maka model regresi yang kita buat memiliki indikasi heteroskedastisitas. Penelitian ini dalam menguji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser, jika signifikansi diantara variable independen dengan total residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.10 Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2019) Uji Normalitas bertujuan menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini digunakan uji Kolmogotov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas yaitu :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola

distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal dan grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.11 Analisis Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan pendekatan statistik untuk menilai tingkat hubungan kausal antara variabel independen (X_1) (X_2) dan (X_3) terhadap variabel dependen (Y). Perhitungan analisis linear berganda mengacu pada rumus :

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

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi variabel Kualitas Produk

β_2 : Koefisien regresi variabel Boutique Store Atmosphere

β_3 : Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Boutique Store

Atmosphere X_3 : Kualitas

Pelayanan

e : Standard Error

3.12 Uji Hipotesis

a) Uji F

Menurut Ghozali (2018), Uji signifikansi simultan (statistik F) untuk mengetahui apakah variabel independen atau bebas secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut, Uji F dilakukan dengan ketentuan:

1) Apabila nilai signifikansi $< (0,05)$, maka dapat dikatakan

bahwa variabel Kualitas Produk, *Boutique store atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian atau (diterima).

- 2) Apabila nilai signifikansi $> (0,05)$, maka dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Produk, *Boutique Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian atau (ditolak).

b) Uji t

Keterandalan regresi berganda sebagai alat estimasi sangat ditentukan oleh signifikansi parameter-parameter yang dalam hal ini adalah koefisien regresi. Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independensinya.

Formulasi pengujian Uji t yaitu:

- a. Jika nilai probabilitas (Sig.) $< 0,05$ berarti pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat adalah signifikan.
- b. Jika nilai probabilitas (Sig.) $> 0,05$ berarti pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat adalah tidak signifikan.

c) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 1, berarti fluktuasi variabel dependen seluruhnya dapat dijelaskan oleh variabel independen dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan fluktuasi variabel dependen. Jika nilai *Adjusted R Square* berkisar antara 0 sampai dengan 1, berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dapat menjelaskan fluktuasi variabel dependen Ghazali (2018).

3.13 Rentang Skala

Rentang skala adalah metode untuk mengukur tanggapan responden Berlandaskan rata-rata nilai jawaban mereka terkait variabel-variabel seperti Kualitas Produk (X1), *Boutique Store Athmhosphere* (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Keputusan Pembelian (Y). Metode ini melibatkan perhitungan nilai untuk setiap part dengan mengali frekuensi data dengan nilai relatifnya. Salah satu rumus yang digunakan untuk rentang skala adalah

$$Rs = \frac{(m - 1)}{m}$$

Keterangan:

R_s rentang skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternative jawaban

berdasarkan rumus diatas, maka dapat diperoleh rentang skala dengan perhitungan sebagai berikut :

$$rs = \frac{100(5 - 1)}{5}$$

$$rs = \frac{400}{5}$$

$$rs = 80$$

Berdasarkan perhitungan rumus tersebut angka 100 didapat dari jumlah sampel yang berarti 100 responden maka dapat diperoleh hasil rentang skala yaitu 80 dengan perhitungan sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Rentang Skala

Rentang Skala	Kualitas Produk	<i>Boutique Store Atmosphere</i>	Kualitas Pelayanan	Keputusan Pembelian
100-180	Buruk	Buruk	Buruk	Buruk
181-261	Kurang Baik	Kurang Baik	Kurang Baik	Kurang Baik
262 – 342	Cukup	Cukup	Cukup	Cukup
343-423	Baik	Baik	Baik	Baik
424-504	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Baik

Sumber: Data primer di olah (2023)

