

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh gambar produk dan *atmosphere coffeshop* terhadap *impulse buying* di coffeshop AADK Malang. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dan deskriptif kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan penelitian berupa angka – angka dan analisis menggunakan statistik. Metode survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu dan menggunakan kuisisioner sebagai salah satu alat penggali data (Devi, 2019), Penelitian ini digolongkan dalam penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2008) Variabel bebas dalam penelitian ini adalah display produk ( $X_1$ ), *Atmosphere Coffeshop* ( $X_2$ ). Variabel terikatnya adalah *Impulse buying* (Y).

#### **3.2 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dari responden konsumen coffeshop AADK Malang secara langsung melalui pengisian kuisisioner. Data yang dikumpulkan adalah variable display produk dan *atmosphere coffeshop* terhadap *impulse buying*. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal, penelitian terdahulu dan buku sebagai referensi dalam melakukan penelitian.

#### **3.3 Waktu dan Tempat**

Penelitian dilaksanakan mulai bulan April 2024 sampai selesai. Penelitian dilakukan di Cabang kedua coffeshop AADK Malang. Lokasi Jl. Raya Tlogomas No.27. Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144.

#### **3.4 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data. Sampel

yang dipilih adalah orang yang sedang berkunjung di coffeshop AADK Malang atau orang yang pernah membeli di coffeshop AADK Malang.

Penentuan jumlah sampel yang representative Menurut Hair et al. adalah tergantung pada jumlah indikator di kali 5 sampai 10. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 4 \times 5 \\ &= 20 \end{aligned}$$

Jumlah minimal yang harus digunakan dalam penelitian ini sebanyak 20 dan peneliti menggunakan data responden sebanyak 25.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer didapat dari konsumen coffeshop AADK Malang. Pengumpulan data primer metode antara lain:

a. Kuisisioner

Kuisisioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyo, 2014). Responden dalam penelitian ini adalah konsumen coffeshop AADK Malang. Tingkat persetujuan responden terhadap pertanyaan yang diajukan dalam sebuah kuisisioner diukur menggunakan skala likert.

Berikut ini table skala likert penelitian ini:

*Tabel 3.1 Skala Likert*

No.	Simbol	Keterangan	Nilai
	SS	Sangat Setuju	5
	S	Setuju	4
	C	Cukup	3
	TS	Tidak Setuju	2
	STS	Sangat Tidak Setuju	1

**Sumber :**

b. Observasi

Menurut (Sugiyono, 2017:203) Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengambilan gambar atau foto pada saat proses pengambilan data kuisisioner dari konsumen coffeshop AADK Malang.

### 3.6 Pengukuran Variabel

Menurut Barry dan Evans (2014), “*Atmosphere can be divided into several elements: exterior, general interior, store layout, and displays.*” Elemen *Store atmosphere* ini meliputi: bagian luar toko, bagian dalam toko, tata letak ruangan, dan pajangan (*interior point of interest display*), akan dijelaskan lebih lanjut dibawah ini:

*Store Exterior* (bagian depan toko). Karakteristik exterior mempunyai pengaruh yang kuat pada citra toko tersebut, sehingga harus direncanakan dengan sebaik mungkin. Kombinasi dari exterior ini dapat membuat bagian luar toko menjadi terlihat unik, menarik, menonjol dan mengundang orang untuk masuk kedalam toko. Yang termasuk bagian dari *store exterior* antara lain: *storefront* (bagian muka toko), *marquee* (simbol), *entrance* (pintu masuk), *display window* (tampilan jendela), *height and size building* (tinggi dan ukuran gedung), *uniqueness* (keunikan), *surrounding area* (lingkungan sekitar), *parking* (tempat parkir).

*General Interior*. Yang paling utama yang dapat membuat penjualan setelah pembeli berada di toko adalah display. Desain interior dari suatu toko harus dirancah untuk memaksimalkan visual merchandising. *Display* yang baik yaitu yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa, dan memilih barang dan akhirnya melakukan pembelian. Ada banyak hal yang akan mempengaruhi persepsi konsumen pada toko tersebut, misalnya penentuan jenis lantai, *color and lightening* (warna dan pencahayaan), *scent and sound* (aroma dan musik), *fixture* (penempatan), *wall texture* (tekstur tembok), *temperature* (suhu udara), *width of aisles* (lebar gang), *personel* (pramusaji), *price* (harga), *cash refister* (kasir), *technology modernization* (teknologi), *cleanliness* (kebersihan).

*Store Layout* (tata letak toko) Pengelola toko harus mempunyai rencana dalam penentuan lokasi dan fasilitas toko. Pengelola toko juga harus memanfaatkan ruangan toko yang ada seefektif mungkin. Adapun yang termasuk store layout dibedakan menjadi dua macam yaitu *allocation of floor space for selling, personnel, and customers* yang terdiri dari *selling space* (ruangan penjualan), *personnel space* (ruangan pegawai), *customers space* (ruangan pelanggan). *Traffic flow* (arus lalu lintas) yang terdiri dari *grid layout* (pola lurus), *loop/racetrack layout* (pola memutar), *spine layout* (pola berlawanan arah), *free-flow layout* (pola arus bebas).

*Interior Point of Interest Display* (Dekorasi Pemikat Dalam Toko) *Interior point of interest display* mempunyai dua tujuan, yaitu memberikan informasi kepada konsumen dan menambah *store atmosphere*, hal ini dapat meningkatkan penjualan dan laba toko. *Interior point of interest display* terdiri dari: *theme setting display* (dekorasi sesuai tema) yaitu dalam suatu musim tertentu retailer dapat mendisain dekorasi toko atau meminta pramusaji berpakaian sesuai tema tertentu, *wall decoration* (dekorasi ruangan) yaitu dekorasi ruangan pada tembok bisa merupakan kombinasi dari gambar atau poster yang ditempel, warna tembok, dan sebagainya yang dapat meningkatkan suasana toko.

### 3.7 Metode analisis data

Teknik analisis data yang digunakan ialah *partial least square* (PLS). *Partial least square* adalah salah satu metode statistika *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan permasalahan struktural yang melibatkan banyak variabel atau konstruk banyak ketika ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang atau *missing values* dan multikolinearitas. Analisis menggunakan *partial least square* (PLS), analisis jalur dapat langsung dilakukan dalam sekali uji dengan menganalisa grafik path sekaligus. Penulis menggunakan PLS sebagai alat analisis data, dimana dalam PLS menggunakan istilah eksogen untuk variabel independen dan endogen untuk variabel dependen. Menurut ( Abdillah dan Hartono, 2015) langkah-langkah analisis dengan menggunakan PLS pada penelitian adalah sebagai berikut:

#### A. Model Pengukuran (*outer model*)

Suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model predeksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap purifikasi dalam model

pengukuran. Berikut ini dijelaskan tentang konsep uji validitas dan reliabilitas dalam model pengukuran PLS.

#### a) Uji validitas

Validitas terdiri atas validitas eksternal dan validitas internal. Validitas eksternal menunjukkan bahwa hasil dari suatu penelitian adalah valid yang dapat digeneralisasi ke semua objek, situasi, dan waktu yang berbeda. Validitas internal menunjukkan kemampuan dari instrumen penelitian untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dari suatu konsep.

##### 1. Validitas konstruk

Validitas konstruk menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukuran sesuai teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk. Korelasi yang kuat antara konstruk dan item-item pertanyaannya dan hubungan yang lemah dengan variabel lainnya merupakan suatu cara untuk menguji validitas konstruk. Validitas konstruk terdiri atas validitas konvergen dan validitas diskriminasi.

##### 2. Validitas konvergen

Validitas konvergen terjadi apabila nilai yang diperoleh dari dua instrumen berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi. *Rule of thumb* yang digunakan untuk membuat pemeriksaan awal dari matrik faktor adalah  $\pm 30$  telah memenuhi level minimal, untuk *loading*  $\pm 40$  dianggap lebih baik, dan untuk *loading*  $> 0.50$  dianggap signifikan secara praktis. Dengandemikian, semakin tinggi nilai faktor *loading*, semakin penting peranan *loading* dalam menginterpretasi matrik faktor. *Rule of thumb* yang dipakai untuk validitas konvergen adalah *outer loading*  $> 0,7$ , *communality*  $> 0,5$  dan *Average Variance Extracted (AVE)*  $> 0,5$ .

##### 3. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan nilai yang memang tidak berkorelasi. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antar konstruk lainnya dalam model.

#### b) Uji reliabilitas

Selain uji validitas, PLS melakukan uji reliabilitas yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Reliabilitas menunjukkan hasil akurasi, konsistensi, dan ketepatan alat ukur dalam melakukan suatu pengukuran. Uji reliabilitas dapat menggunakan dua metode, yaitu metode *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. *Cronbach's alpha* digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *composite reliability* untuk mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk..

#### **B. Model struktural (*inner model*)**

Model struktural didalam PLS dianalisis menggunakan  $R^2$  untuk konstruk dependen, nilai koefisien path atau *t-values* disetiap path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Nilai  $R^2$  berfungsi sebagai pengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  menunjukkan bahwa semakin baik model prediksi dari model penelitian yang dianalisis. Nilai koefisien path atau inner model berfungsi untuk menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Skor koefisien path atau inner model yang diperoleh dari nilai *T-statistic* harus diatas 1.96 untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) dan diatas 1.64 untuk hipotesis satu ekor (*one-tailed*) untuk pengujian hipotesis pada alpha 5 persen dan power 80 persen.

#### **C. Pengujian Hipotesis**

PLS yang penulis gunakan pengambilan keputusan berdasarkan *p-values*.

- 1)  $P\text{-values} \geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2)  $P\text{-values} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel dan Indikator

No.	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
1.	Gambar Produk	<i>Interior display</i>	<p>Interior pajangan produk coffeeshop AADK menarik</p> <p>Warna kostum karyawan di coffeeshop serasi dengan warna dinding cafe</p> <p>Coffeeshop AADK mempunyai keunikan tersendiri di banding cafe lain</p> <p>Bagian depan coffeeshop AADK menjadikannya layak untuk dikunjungi</p> <p>Symbol AADK terlihat mencolok dari jalan.</p>
2.	<i>Atmosphere Coffeshop</i>	<i>General Eksterior</i>	<p>Ruangan di AADK cukup banyak tempat</p> <p>Nyaman dengan layout ruangan di cofeeshop AADK</p> <p>Kombinasi warna, ukuran dan desain lantai pada coffeeshop AADK Malang membuat merasa nyaman berada di coffeeshop AADK</p> <p>Warna dan pencahayaan di coffeshop AADK cukup terang</p> <p>Aroma ruangan dan music di coffeeshop AADK khas membuat dikenang</p> <p>Tekstur dinding coffeeshop AADK menarik untuk dilihat</p> <p>Hawa udara ruang coffeeshop AADK cukup dingin sehingga nyaman berada di dalam ruangan</p>

---

Jarak antara meja dan kursi memudahkan untuk keluar dan Kembali untuk duduk di meja tersebut

Petunjuk arah coffeshop ADK terlihat jelas (toilet, pintu masuk dan pintu darurat)

Tempat pelayanan yang diberikan pada coffeshop AADK terlihat praktis mudah didatangi

Harga makanan dan minuman di coffeshop AADK terlihat karena menyediakan daftar menu makanan yang tertera di belakang kasir

Posisi kasir terlihat dekat dengan tempat konsumen untuk duduk

Coffeshop AADK menyediakan metode pembayaran tunai dan non tunai

Tempat duduk di coffeshop AADK terlihat rapi dan bersih

---