

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *explanative research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen (X1,X2,X3) dan variabel independen (Y). Dimana desain kausal berguna untuk mengukur hubungan antara variabel riset, atau untuk menganalisis bagaimana pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya (Umar, 2003).

Penelitian ini akan menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, yaitu untuk mengetahui hubungan variabel independen yaitu Suasana Toko (X1), Lokasi (X2), Inovasi (X3), dan variabel dependen Minat Beli (Y).

B. Definisi Konseptual

1. Suasana toko

Store Atmosphere (suasana toko) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaraannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli (Kotler 2005).

2. Lokasi

Menurut Tjiptono (2006), pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut :

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Lalu lintas /*traffics*, di mana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:
 - a. Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying*.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran /ambulans
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung usaha yang ditawarkan.
7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing dan terakhir peraturan pemerintah.

3. Inovasi

Menurut Kotler (2007) inovasi merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap sebagai sesuatu yang baru.

4. Minat Beli

Menurut Setiadi (2003), menyatakan bahwa minat beli (niat beli) dibentuk dari sikap konsumen terhadap produk yang terdiri dari kepercayaan konsumen terhadap merek dan evaluasi merek.

D. Definisi Operasional

Untuk melihat operasionalisasi suatu variabel harus diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang dapat memperjelas variabel yang dimaksud dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Item
1	Minat Beli (Y)	Sikap konsumen sebelum memutuskan untuk membeli Nasi Goreng Rempah Mafia	a.Situasi pembelian Nasi Goreng Rempah Mafia yang menyenangkan b.Ketertarikan terhadap produk nasi goreng rempah c.Kemudahan dalam membeli nasi goreng rempah	1.Keramahan penjual 2.Produk yang dijual sesuai kebutuhan 3.Produk mudah didapatkan 4.Penyajian yang cepat
2	Suasana Toko (X₁)	Suasana atau keadaan toko yang terencana guna menarik minat konsumen untuk membeli Nasi Goreng Rempah Mafia	a.Bentuk Outlet Nasi Goreng Rempah Mafia b.Fasilitas outlet Nasi Goreng Rempah Mafia c.Mutu kinerja karyawan Nasi Goreng Rempah Mafia	1.Bentuk outlet yang menarik 2.Suasana di dalam outlet nyaman 3.Mutu kinerja karyawan yang baik 4.Terdapat fasilitas hiburan
3	Lokasi (X₂)	Bangunan tempat usaha Nasi Goreng Rempah Mafia berdiri yang pemilihan tempat yang tepat sangat penting	a.Lokasi outlet Nasi Goreng Rempah Mafia b.Lokasi outlet Nasi Goreng Rempah Mafia yang strategis c.Lokasi Nasi Goreng Rempah Mafia mudah dituju	1.Memiliki lahan parkir luas 2.Lokasi terlihat jelas dari pinggir jalan 3.Dilalui banyak alat transportasi umum 4.Terletak di keramaian
4	Inovasi (X₃)	Ide gagasan yang baru yang kreatif pada outlet, proses pembuan dan penyajian Nasi Goreng Rempah Mafia	1.Inovasi terhadap proses pembuatan Nasi Goreng Rempah Mafia 2.Inovasi produk nasi goreng unik 3.Inovasi outlet Nasi Goreng	1.Proses pembuatan produk yang menarik 2.Penyajian yang menarik 3.Outlet yang ditampilkan memikat 4.Berbeda dari produk lainnya

D. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Lampung yang mengetahui tentang produk Nasi Goreng Rempah Mafia. Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Pada prinsipnya *purposive sampling* memilih sampel dari kelompok sasaran tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dengan kriteria tertentu, penulis memberi beberapa syarat sampel, yaitu:

1. Mahasiswa aktif Universitas Lampung
2. Mahasiswa yang mengetahui tentang nasi goreng rempah mafia Bandar Lampung

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2014) bila dalam penelitian akan melakukan analisis korelasi atau regresi berganda maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel (dependen + independen). Dalam penelitian ini akan digunakan 15 kali setiap variabel, sehingga jumlah sampel yang digunakan yaitu 60 responden (15 x 4 variabel).

E. Skala Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai skala pengukurannya. Nazir (2011) menjelaskan bahwa skala likert hanya menggunakan item yang secara pasti

baik dan secara pasti buruk. Skala likert dalam memperlihatkan item yang dinyatakan dalam beberapa respon alternatif, yaitu:

1. Sangat setuju dengan skor 5
2. Setuju dengan skor 4
3. Netral dengan skor 3
4. Tidak setuju dengan skor 2
5. Sangat tidak setuju dengan skor 1

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh dari hasil tanggapan responden atas daftar pernyataan berupa kuesioner yang disebarakan kepada responden. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Noor, 2012). Daftar pertanyaan kuesioner yang di digunakan bersifat tertutup. Bersifat tertutup artinya alternatif-alternatif jawaban telah disediakan (Umar, 2003).

G. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber asli, sumber pertama darimana data tersebut diperoleh. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang diberikan kepada responden.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh melalui data teoritis yang diambil dari buku-buku perpustakaan, literatur-literatur dan juga internet.

H. Pengujian Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2005). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sebaliknya suatu alat ukur yang tidak valid memiliki validitas rendah.

Validitas dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{N\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
 n = banyaknya sampel
 x_i = skor faktor
 y_i = skor total

dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuesioner tidak valid

Penelitian ini menguji validitas konsumen dari 16 item pernyataan dengan menggunakan data dari 30 responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Dengan nilai r tabel 0,361 apabila nilai r hitung lebih dari 0,361 maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid. Hasil perhitungan validitas untuk semua item kuesioner dapat dilihat pada tabel 3 seperti berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

No Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0,644	0,361	Valid
2	0,757	0,361	Valid
3	0,730	0,361	Valid
4	0,892	0,361	Valid
5	0,757	0,361	Valid
6	0,640	0,361	Valid
7	0,691	0,361	Valid
8	0,790	0,361	Valid
9	0,850	0,361	Valid
10	0,806	0,361	Valid
11	0,867	0,361	Valid
12	0,807	0,361	Valid
13	0,745	0,361	Valid
14	0,706	0,361	Valid
15	0,816	0,361	Valid
16	0,788	0,361	Valid

Sumber: Data diolah, 2015

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari semua pernyataan yang memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa kuesioner penelitian dinyatakan valid. Karena semua item yang ada adalah valid, maka semua pernyataan yang dalam penelitian ini dapat digunakan dalam penyebaran kuesioner untuk pengambilan data.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur yang sama (Umar, 2003). Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan bantuan program SPSS. Menurut Ghazali (2005), instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alpha Crombach* > 0.60. Jika nilainya lebih kecil dari 0.60 maka kuesioner penelitian ini tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4 seperti berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach alpha	Keterangan
1	X ₁	0,802	Reliabel
2	X ₂	0,781	Reliabel
3	X ₃	0,823	Reliabel
4	Y	0,802	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa nilai interpretasi untuk empat variabel dalam penelitian ini adalah reliabel, yaitu dengan nilai *Cronbach alpha* lebih dari 0,6. Nilai interpretasi keempat variabel tersebut adalah Suasana Toko (X₁) = 0,802, Lokasi (X₂) = 0,781, Inovasi (X₃) = 0,823, dan minat beli (Y) = 0,802. Dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan diandalkan untuk digunakan dalam penelitian ini.

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2005), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas adalah :

- a. Jika antar variabel bebas ada korelasi di atas 0,90, maka hal ini merupakan adanya multikolinieritas.
- b. Atau multikolinieritas juga dapat dilihat dari VIF, jika $VIF < 10$ maka tingkat multikolinieritasnya masih dapat di toleransi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2005), heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan

ke pengamatan yang lain. Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Cara menganalisisnya adalah:

- a. Dengan melihat titik-titik pola, jika pola teratur maka terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika terdapat pola yang tidak jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Metode regresi yang baik adalah yang normal. Cara menganalisisnya yaitu dengan melihat pola pada histogram, dan melihat grafik dengan pola yang penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal, dan mengikuti arah garis berarti model regresi dikatakan memenuhi asumsi normal.

J. Teknik Analisis Data

1. Uji Regresi Linier Berganda

Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Variasi independen terhadap variabel dependen. Uji regresi linear berganda digunakan karena dalam penelitian ini memiliki 3 variabel independen. Umar (2003) Untuk mengetahui hal tersebut maka peneliti menggunakan model analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + et$$

Keterangan :

Y = minat beli
 X_1 = suasana toko
 X_2 = lokasi
 X_3 = inovasi produk
a = nilai konstanta
b = koefisien regresi
et = *disturbance term*.

2. Uji Koefisien Determinasi

Ghozali (2005) mengatakan koefisien determinan (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dimana hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Jika koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Uji Hipotesis.

a. Uji Parsial

Pengujian regresi dilakukan dengan melihat t_{hitung} pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005), sebagai berikut :

- a. Dapat melihat dari nilai derajat kepercayaan atau signifikan. Jika derajat kepercayaan $\leq 5\%$ maka hipotesis yang diajukan dapat diterima, namun jika derajat kepercayaan $\geq 5\%$ maka hipotesis ditolak.

- b. Kemudian dapat juga dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel.
Jika t hitung $>$ t tabel maka hipotesis yang diajukan diterima.

b. Uji Simultan

Uji simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005), sebagai berikut:

- a. Dapat melihat dari nilai derajat kepercayaan atau signifikan. Jika derajat kepercayaan $\leq 5\%$ maka hipotesis yang diajukan dapat diterima, namun jika derajat kepercayaan $\geq 5\%$ maka hipotesis ditolak.
- b. Kemudian dapat juga dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.
Jika F hitung $>$ F tabel maka hipotesis yang diajukan diterima.

Hipotesis yang diajukan yaitu :

Dasar pengambilan keputusannya menurut Priyatno (2013) adalah:

- a. Jika F hitung $\leq F$ kritis maka H_0 diterima
Jika F hitung $>$ F kritis H_0 ditolak
- b. Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima
Jika probabilitas $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak