

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber Data**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Penelitian adalah suatu proses mencari sesuatu secara sistematis dalam waktu yang lama dengan menggunakan metode ilmiah serta aturan-aturan yang berlaku (Nazir, 2003). Penelitian ini mengaplikasikan model penelitian empiris dengan pendekatan survey. Dilihat dari sudut pandang sifat yang dihipotesiskan, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif.

##### **3.1.2 Sumber Data**

###### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui hasil observasi atau pengamatan langsung ke Putra Baru Swalayan dan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden.

###### **2. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur kepustakaan, seperti buku-buku, serta sumber lainnya yang berkaitan dengan materi penulisan ini.

### **3.2. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan instrumen yang disusun berbentuk kuisisioner yang diisi oleh para responden. Kuisisioner diberikan kepada konsumen secara acak dengan syarat telah melakukan pembelian atau berkunjung ke Putra Baru Swalayan Bandar Jaya lebih dari dua kali. Kemudian dianalisa dengan berpedoman pada sumber tertulis yang didapat dari perpustakaan sebagai langkah konfirmasi mengenai data yang diperoleh dari penelitian lapangan.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Mudrajad (2003; 103) mendefinisikan populasi adalah kelompok elemen yang lengkap yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pengunjung Putra Baru Swalayan Bandar Jaya Cabang Bandar Jaya Timur.

#### **3.3.2 Sampel**

Mudrajad (2003; 103), mendefinisikan sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang mewakili karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan *non-probability sampling* (penarikan sampel secara tidak acak) dengan teknik pengambilan sampelnya yaitu *purposive sampling*, yaitu suatu metode pengambilan sampel yang

tergolong dalam sampel nonprobabilitas dimana pemilihannya dilakukan berdasarkan kriteria tertentu (Sugiono, 2007). Terdapat empat kriteria yang penulis tentukan dalam pengambilan sampel, antara lain :

1. Konsumen Putra Baru Swalayan Cabang Bandar Jaya Timur
2. Konsumen bertempat tinggal di Bandar Jaya
3. Konsumen telah melakukan pembelian minimal dua kali
4. Konsumen bersedia menjadi responden dalam penelitian ini

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Putra Baru Swalayan yang jumlahnya secara pasti tidak diketahui. Hair *et. al* (1998; 637) merekomendasikan, apabila populasi tidak diketahui, jumlah sampel minimal adalah lima kali dari jumlah butir pertanyaan yang terdapat dikuisisioner. Indikator dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari total pertanyaan dalam penelitian ini adalah dua puluh. Sehingga besar sampel dalam penelitian ini adalah :  $20 \times 5 = 100$ .

Berdasarkan perhitungan tersebut, besarnya sampel adalah 100 orang, hal ini sesuai dengan pendapat Hair *et. al* yang merekomendasikan sampel ideal 100-200 orang.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. *Store Atmosphere* (X)

*Store atmosphere* merupakan seluruh aspek visual maupun aspek non-visual kreatif yang sengaja dimunculkan untuk merangsang indera konsumen guna melakukan pembelian. Lingkungan pembelian yang terbentuk pada akhirnya menimbulkan kesan yang menarik dan menyenangkan bagi konsumen untuk melakukan pembelian.

##### a. *Exterior* (X1)

Bagian depan toko adalah bagian yang termuka, maka sebaiknya memberikan kesan yang menarik. Selain itu, hendaknya menunjukkan spirit perusahaan dan sifat kegiatan yang ada di dalamnya. Indikatornya terdiri dari :

1. Desain gedung Putra Baru Swalayan unik.
2. Terdapat nama atau logo Putra Baru Swalayan.
3. Pintu masuk tidak menimbulkan kemacetan.
4. Area parkir luas dan aman.

##### b. *General Interior* (X2)

Yang paling utama yang dapat membuat penjualan setelah pembeli berada di toko adalah display. Desain interior dari suatu toko harus dirancang untuk memaksimalkan visual merchandising. Indikatornya terdiri dari :

1. Penataan cahaya yang baik.
2. Alunan musik yang dimainkan memberikan kenyamanan berbelanja.
3. Jarak yang diatur antara rak-rak barang tidak sempit.

4. Temperatur udara terasa segar.
5. Karyawan tanggap dalam melayani konsumen.
6. Terdapat label harga pada setiap barang.
7. Penempatan kasir mudah dijangkau konsumen.
8. Mesin kasir melayani pembayaran secara tunai dan kartu kredit.
9. Putra Baru Swalayan selalu menjaga kebersihan.

c. *Store Layout* / Tata Letak Toko (X3)

Pengelola toko harus mempunyai rencana dalam penentuan lokasi dan fasilitas toko. Pengelola toko juga harus memanfaatkan ruangan toko yang ada seefektif mungkin. Indikatornya terdiri dari :

1. Kesesuaian pengalokasian ruang konsumen.
2. Kesesuaian pengelompokkan barang.
3. Kesesuaian pengaturan arus lalu lintas.

d. *Interior POP* / Dekorasi Pemikat Dalam Toko (X4)

*Interior point of purchase* (POP) mempunyai dua tujuan, yaitu memberikan informasi kepada konsumen dan menambah suasana toko, hal ini dapat meningkatkan penjualan dan laba toko. Indikatornya terdiri dari:

1. Dekorasi toko menyesuaikan tema pada musim-musim tertentu.
2. Pemasangan tanda petunjuk produk.

## 2 Minat Beli Ulang (Y)

Perilaku pelanggan, dimana pelanggan merespons positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut. Indikatornya terdiri dari:

1. Ketertarikan yang dapat membangkitkan rasa ingin membeli.
2. Keinginan untuk mencari informasi yang diminati.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
Suasana Toko (X)	<i>Exterior (X1)</i> Bagian depan toko adalah bagian yang termuka, maka sebaiknya memberikan kesan yang menarik. Selain itu, hendaknya menunjukkan spirit perusahaan dan sifat kegiatan yang ada di dalamnya (Berman dan Evan 2001;604)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain Bangunan</li> <li>• Logo</li> <li>• Pintu masuk</li> <li>• Parkir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain bangunan unik</li> <li>• Terdapat Logo Swalayan</li> <li>• Pintu masuk tidak macet</li> <li>• Area parkir aman</li> </ul>	Ordinal 1-5
	<i>General Interior (X2)</i> Desain interior dari suatu toko harus dirancang untuk memaksimalkan <i>visual merchandising</i> . (Berman dan Evan 2001;604)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penataan cahaya</li> <li>• Musik</li> <li>• Suhu udara</li> <li>• Karyawan tanggap</li> <li>• Lebar gang</li> <li>• Harga</li> <li>• Kasir</li> <li>• Mesin kasir</li> <li>• Kebersihan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pencahayaan terang</li> <li>• Adanya alunan musik</li> <li>• Suhu udara sejuk</li> <li>• Karywan tanggap dalam pelayanan</li> <li>• Jarak antara rak-rak barang tidak sempit</li> <li>• Label harga barang</li> <li>• Penempatan kasir mudah dijangkau</li> <li>• Kecanggihan mesin kasir dalam transaksi secara tunai dan kartu kredit</li> <li>• Kebersihan swalayan terjaga</li> </ul>	Ordinal 1-5

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (Lanjutan)

	<i>Store Layout (X3)</i> Pengelola toko harus mempunyai rencana dalam penentuan lokasi dan fasilitas toko. (Berman dan Evan 2001;604)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penataan ruang konsumen</li> <li>• Pengelompokkan barang</li> <li>• Arus lalu lintas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian penataan ruang konsumen</li> <li>• Kesesuaian pengelompokkan barang</li> <li>• Kesesuaian penataan arus lalu lintas</li> </ul>	Ordinal 1-5
	<i>Interior POP (X4)</i> Interior (POP) mempunyai dua tujuan, yaitu memberikan informasi kepada konsumendan menambah store atmosphere (Berman dan Evan 2001;604)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Display</i> toko</li> <li>• Pemasangan petunjuk produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dekorasi toko menyesuaikan dengan tema pada musim tertentu</li> <li>• Terdapat tanda petunjuk produk</li> </ul>	Ordinal 1-5
Minat Beli Ulang (Y)	kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Assael, 2001; 75)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rasa ingin membeli</li> <li>• Keinginan untuk mereferensikan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketertarikan untuk melakukan belanja ulang</li> <li>• Keinginan untuk mereferensikan kepada orang lain</li> </ul>	Ordinal 1-5

Seluruh indikator akan dirumuskan menjadi kuisioner penelitian dalam bentuk pertanyaan dan menggunakan skala Ordinal dengan level 5 pilihan. Pilihan tersebut adalah :

- 1) Sangat setuju (SS) diberi nilai 5
- 2) Setuju (S) diberi nilai 4
- 3) Cukup Setuju (CS) diberi nilai 3
- 4) Tidak setuju (TS) diberi nilai 2
- 5) Sangat tidak setuju (STS) diberi nilai 1

### 3.5 Uji Alat Analisis

#### 3.5.1 Pengujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner.

Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali,2006). Uji validitas instrumen dilakukan dengan menguji validitas konstruk melalui penggunaan analisis faktor. Validitas konstruk menunjukkan seberapa baik hasil-hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukur sesuai dengan teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk (Hartono: 2004).

Penggunaan alat analisis faktor adalah dengan melihat *factor loading* dari masing-masing item pertanyaan atau indikator, sesuai dengan pendapat Comrey dalam Jogiyanto (2007) yang menyatakan suatu indikator atau item tersebut harus memuat skor yang tinggi atau nilai *factor Loading* memberikan nilai besar. Indikator untuk mengukur kesesuaian analisis faktor berdasarkan KMO *measure of sampling adequacy* dan *factor loading*  $\geq 0.5$ .

#### 3.5.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukursuatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali,2006). Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuisisioner dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji statistik *Alpha Cronbach*.



Rumus Alpha Cronbach adalah :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \times \frac{1-\sum ab^2}{at^2}$$

Keterangan :

$r_{ii}$  = Relibilitas instrumen

$K$  = Banyaknya pertanyaan atau soal

$\sum ab^2$  =  $\sum$  varians butir pertanyaan

$at^2$  = Varians total

Kriteria penilaian uji realibilitas ( Gozali,2006 ) adalah :

1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuisioner tersebut reliabel.
2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisioner tersebut tidak reliabel.

### **3.6 Metode Analisis**

#### **3.6.1 Analisis Kuantitatif**

Data kuantitatif yaitu data yang membentuk angka yang sifatnya dapat dihitung dan diukur jumlahnya untuk diolah menggunakan metode statistik. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik.

### 3.6.1.1 Analisis Regresi

Penelitian ini, analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda , yaitu hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan matematis yang mengukur ada tidaknya pengaruh indikator-indikator pada variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumus Regresi Linear Berganda :  $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$

Keterangan :

Y = variabel terikat

a = konstanta

$\beta$  = koefisien regresi

$X_1 = Exterior$

$X_2 = General interior$

$X_3 = Store layout$

$X_4 = Interior POP (Point Of Purchase)$

### 3.6.1.2 Uji t dan Uji F

#### 1. Uji t (*test*)

Uji t dikenal dengan uji parsial digunakan untuk mengetahui hubungan masing-masing indikator dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Formula Hipotesis :

$H_0 : b_i = 0$ , artinya variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

$H_a : b_i \neq 0$ , artinya variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis, digunakan kriteria bila  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan derajat keyakinan yang digunakan sebesar  $\alpha = 5\%$  (0.05, begitupula sebaliknya bila  $t$  hitung  $< t$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

## 2. Uji F (*fisher*)

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji model / uji anova, digunakan untuk mengetahui hubungan indikator variabel bebas secara keseluruhan atau serentak terhadap variabel terikat. Rumusan hipotesis:

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$ , artinya secara bersama-sama tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$ , artinya secara bersama-sama ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan antara  $F$  hitung dan  $F$  tabel, dengan ketentuan, bila  $F$  hitung  $> F$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya semua

variabel bebas secara bersama-sama merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya semua variabel bebas secara bersama-sama bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Derajat keyakinan yang digunakan untuk uji F sebesar  $\alpha = 5\%$  (0.05).