

III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Pelanggan yang berminat berbelanja pada Supermarket Gelael Kota Bandar Lampung. Sedangkan lokasi penelitian ini berada di Jalan Jendral Soedirman No.38 Kota Bandar Lampung

3.2 Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu system pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masyarakat sekarang. Tujuan dan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Sedangkan metode verifikatif adalah metode yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi

pada penelitian ini adalah orang yang berminat berbelanja pada Supermarket Gelael Kota Bandar Lampung. Menurut Arikunto (2002:108), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari subjek penelitian populasi yang akan diteliti, (Sugiyono, 2005:56). Teknik sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan cara *incidental nonprobability sampling* yaitu, sampel yang dipilih dengan cara seketemu waktu pengumpulan data dilakukan .

Jogiyanto (2007:112) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang menggunakan analisis faktor, minimal berjumlah lima dan maksimal berjumlah sepuluh kali variabel yang dianalisa atau indikator. Indikator dari penelitian ini berjumlah 18, maka diperoleh hasil perhitungan sampel = $5 \times 18 = 90$

3.4 Jenis dan Sumber Data

Menurut Azwar (2004;36), jenis dan sumber data terbagi menjadi 2 (dua) yaitu:

1) Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dan realita apa yang terjadi di lapangan secara objektif melalui wawancara, observasi dan penyebaran kuisisioner.

2) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah jadi atau data yang sudah ada sebagai hasil penelitian orang lain, namun perlu dianalisa kembali sebagai pelengkap terhadap data primer atau objek yang diteliti. Data ini bisa diperoleh melalui dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan atau tulisan ilmiah lainnya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Field research adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan peninjauan langsung ke objek penelitian, melalui:

a. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi secara lisan baik langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data primer melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dan pewawancara kepada responden.

b. Kuisisioner

Kuisisioner adalah alat penelitian yang berupa daftar pertanyaan mengenai masalah yang akan diteliti untuk memperoleh data primer dari sejumlah responden.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library research*)

Library research adalah alat penelitian untuk meneliti objek penelitian yang digunakan sebagai data sekunder melalui teori-teori yang sudah teruji kebenarannya, di mana data ini diperoleh melalui dokumen-dokumen, buku-buku atau tulisan ilmiah yang ada kaitan dengan tema penelitian penulis, dengan maksud untuk melengkapi data primer yang ada di lapangan.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu yang diteliti yang mempunyai variasi nilai. Menurut Sugiyono (2005:20) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau aspek

dan orang maupun objek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan dua variabel yang akan diteliti:

1. Variabel terikat (*dependent variable*).

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas yaitu variabel Y, dalam hal ini adalah minat beli konsumen.

2. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan yang terjadi pada variabel terikat yaitu variabel X, dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu store atmosphere (X_1) dan Lokasi (X_2).

3.7 Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel penelitian sebenarnya merupakan kumpulan konsep mengenai fenomena yang diteliti. Pada umumnya, karena rumusan variabel itu masih bersifat konseptual, maka maknanya masih sangat abstrak walaupun mungkin secara intuitif sudah dapat dipahami maksudnya. Pada saat itulah kita membutuhkan suatu definisi yang memiliki arti tunggal dan diterima secara objektif bilamana indikator variabel yang bersangkutan tersebut tampak. Proses pengubahan definisi konseptual yang lebih menekankan kriteria-kriteria menjadi definisi operasional disebut dengan operasionalisasi variabel penelitian (Azwar, 2004:74)

Tabel 3. Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Variabel	Sub variabel	Indikator	Skala
Store atmosphere (Suasana Toko) (X1)	Store Atmosphere adalah pengembangan karakter fisik	• <i>Exterior</i> (bagian luar)	<i>Marquee</i> (Logo) <i>Surrounding areas</i> • <i>Parking</i>	Interval
		• <i>General interior</i> (interior umum)	-Pewarnaan dan pencahayaan -Suhu udara -Ruang penitipan -Kebersihan	Interval
		• tata letak	• Pengelompokan barang	Interval
		• Interior display	• Rak penempatan barang	Interval
Lokasi (X2)	Posisi dimana dalam trading area tempat pedagang eceran beroperasi (Lewinson, 1994)	Lingkungan lokasi Toko	Kedekatan lokasi Kemudahan dicapai Keramaian lokasi Kedekatan lokasi parkir Keamanan tempat parkir	Interval
Minat beli Konsumen (Y)	Minat beli Merupakan dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang dan jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan	Pertimbangan yang mempengaruhi minat beli konsumen	-Suasana toko -Keamanan. -Lokasi	Interval

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Hasil penelitian dikatakan valid bila terdapat kesesuaian antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sedangkan penelitian yang dikatakan tidak valid bila ada ketidaksesuaian antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek.

Bila suatu alat ukur sudah dikatakan valid, maka selanjutnya dapat dilakukan pengujian reliabilitas alat ukur. Sebaliknya bila alat ukur dikatakan tidak valid, maka alat ukur yang telah digunakan sebelumnya harus dievaluasi atau diganti dengan alat ukur yang lebih tepat / efektif. Menurut Comrey dalam Jogiyanto (2007:124) Validitas instrument dinilai berdasarkan kriteria nilai faktor *loading item* minimal 0,4 .

3.8.2 Uji Reliabilities

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya ukuran dalam penggunaannya. Instrument yang reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, atau jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji ini juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran pada subjek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang diukur dengan alat pengukuran yang

dipakai. Sedangkan untuk mengukur koefisien keandalan (*reability*) kuisisioner digunakan rumus *Croanbach Alpha*. Hasil uji reliabilitas dengan nilai *Alpha Croanbachs* $> 0,5$ = Reliabel (Jogiyanto , 2007:126).

3.8.3 Uji Regresi

Dalam penelitian ini untuk menganalisis data dengan cara analisis Regresi linier Berganda yang digunakan untuk melihat **Pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Supermarket Gelael Bandar Lampung.**

Menurut Sugiono (2005) analisis regresi berganda digunakan bila penelitian bermaksud untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent (Kriterium) bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Dalam penelitian ini digunakan analisis sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = minat beli

a = konstanta

b_1 b_2 = koefisien regresi masing-masing variable

X1 = lokasi

X2 = Suasana Toko