

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah *deskriptif kuantitatif*. Pada penelitian ini akan dijelaskan mengenai fenomena yang terjadi dalam suatu kejadian, menganalisis masalah yang ada serta memberikan solusi untuk membantu menyelesaikan masalah tersebut. Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan *kuantitatif*. Tujuan studi kasus ini adalah melakukan penyelidikan secara mendalam mengenai subjek tertentu untuk memberikan gambaran yang lengkap.

#### **B. Objek dan Lokasi Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah para pembeli di Kayu Watu *foodcourt N Cafe* Metro. Para pembeli akan diberikan angket dan bersedia mengisi angket yang telah disediakan. Lokasi dalam penelitian ini yaitu di Kayu Watu *foodcourt N Cafe* Metro yang beralamat di Jalan Ki Hajar Dewantara, Gang Teladan, Iringmulyo, Metro Timur, Metro-Lampung.

#### **C. Metode Penelitian**

Sugiyono (2018:2) Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan *metode Asosiatif Kausal*.

## 1. Operasional Variabel

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Beli, sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Store Atmosphere*, Variasi Menu, dan Harga terhadap Minat Beli konsumen di Kayu Watu *foodcourt N Cafe Metro*.

### 1. Variabel Store Atmosphere (X1)

- a. Definisi Konseptual: *Store atmosphere* adalah suatu *ritel marketing mix* yang dapat mempengaruhi keadaan emosi pembeli sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang berhubungan dengan desain dan dekorasi ruangan, pencahayaan yang tepat, penataan meja makan, kenyamanan furniture dan hiburan
- b. Definisi Oprasional: *Store atmosphere* suatu *ritel marketing mix* yang dapat mempengaruhi keadaan emosi pembeli sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang berhubungan dengan desain dan dekorasi ruangan, pencahayaan yang tepat, penataan meja makan, kenyamanan furniture dan hiburan yang diukur menggunakan instrumen skala Likert pada kuesioner yang diberikan pada konsumen Kayu Watu *foodcourt N Cafe Metro*.

### 2. Variabel Variasi Menu (X2)

- a. Definisi Konseptual: Variasi menu daftar item makanan yang ditawarkan pemilik usaha yang berhubungan dengan jenis pilihan menu makanan dan minuman, rasa makanan dan minuman, presentasi makanan dan minuman dan ukuran porsi makanan dan minuman
- b. Definisi Oprasional: Variasi menu daftar item makanan yang ditawarkan pemilik usaha yang berhubungan dengan jenis pilihan

menu makanan dan minuman, rasa makanan dan minuman, presentasi makanan dan minuman dan ukuran porsi makanan dan minuman yang diukur menggunakan instrumen skala Likert pada kuesioner yang diberikan pada konsumen Kayu Watu *foodcourt N Cafe Metro*.

### 3. Variabel Harga (X3)

- a. Definisi konseptual: harga adalah sejumlah uang yang harus di berikan oleh seseorang untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa dengan mempertimbangkan tentang keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat.
- b. Definisi Oprasional: harga adalah sejumlah uang yang harus di berikan oleh seseorang untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa dengan mempertimbangkan tentang keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diukur menggunakan instrumen skala Likert pada kuesioner yang diberikan pada konsumen Kayu Watu *foodcourt N Cafe Metro*.

### 4. Variabel Minat Beli (Y)

- a. Definisi konseptual: minat beli adalah kecenderunagn konsumen untuk membeli yang dapat memiliki pengaruh terhadap sikap perilaku yang berkaitan dengan minat *ransaksional*, minat *reverensi*, minat *prefensial*, dan minat *eksplorasi*.
- b. Definisi Oprasional: minat beli adalah kecenderunagn konsumen untuk membeli yang dapat memiliki pengaruh terhadap sikap perilaku yang

berkaitan dengan minat *ransaksional*, minat *reverensi*, minat *prefensial*, dan minat *eksplorasi* yang diukur menggunakan instrumen skala Likert pada kuesioner yang diberikan pada konsumen Kayu Watu *foodcourt N Cafe Metro*.

**Tabel 3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	No item
1	Store Atmosphere (X1)	1. Desain dan dekorasi ruangan.	1, 2, 3, 4, 5
		2. Pencahayaan yang tepat.	6, 7, 8, 9, 10
		3. Penataan meja makan.	11,12
		4. Kenyamanan <i>furniture</i> .	13, 14, 15, 16
		5. Hiburan	17, 18, 19, 20
2	Variasi Menu (X2)	1. Jenis pilihan menu makanan dan minuman.	1, 2, 3, 4, 5,6,7, 8, 9, 10,11
		2. Rasa makanan dan minuman	12,13
		3. Presentasi makanan dan minuman.	14, 15, 16, 17,18
		4. Ukuran porsi makanan dan minuman.	19, 20
3	Harga (X3)	1. Keterjangkauan harga.	1, 2, 3, 4, 5,
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	6, 7, 8, 9, 10,
		3. Daya saing harga.	11,12,13,14,15
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat.	16, 17,18,19,20
No	Variabel	Indikator	No item
4	Minat Beli (Y)	1. Minat <i>Ransaksional</i>	1, 2, 3, 4,5
		2. Minat <i>Refrensial</i>	6,7,8,9,10
		3. Minat <i>Prefensial</i>	11,12,13,14,15
		4. Minat <i>eksploratif</i>	16,17,18,19,20

## **D. Populasi Dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kualitatif maupun kuantitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas menurut Usman,(dalam lambajang, 2013:679).

Berdasarkan pengertian tersebut populasi merupakan wilayah sekelompok objek yang lengkap dan jelas, maka harus mempunyai karakteristik dan ciri tertentu dapat juga berupa kualitas yang telah ditetapkan oleh peneliti dari semua nilai, baik kualitatif maupun kuantitatif untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Dalam peneliti ini yang menjadi target adalah pembeli di Kayu Watu *Food N Cafe Metro*.

### **2. Sampel**

Teknik pengambilan sampel pada peneliti ini berupa *Accidental Sampling*, menurut sugiono (2011:85), *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu pembeli yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel yang dijadikan sebagai responden dalam peneliti adalah pembeli yang datang di Kayu Watu *Food N Cafe Metro*

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah bagian dari proses pengujian untuk memecahkan masalah yang ada. Oleh karena itu data tersebut harus valid, yaitu perolehannya. Guna memperoleh data yang lengkap untuk menunjang penulisan ini maka diadakan pengumpulan data melalui :

1. Observasi :

Tehnik pengumpulan data dengan cara mengamati dan meninjau secara langsung ke lokasi Kayu Watu *foodcourt N Cafe* Metro yang diteliti.

2. Penyebaran Kuesioner:

Tehnik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden atau konsumen. Dengan penentuan skor dari sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada responden sebagai berikut :

**Tabel 4 Nilai dan Jawaban Kuesioner**

<b>Alternatif</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Skor Positif</b>	<b>Skor Negatif</b>
<b>A</b>	Sangat setuju	5	1
<b>B</b>	Setuju	4	2
<b>C</b>	Kurang Setuju	3	3
<b>D</b>	Tidak Setuju	2	4
<b>E</b>	Sangat tidak Setuju	1	5

**F. Tehnik Analisa Data**

Data yang telah didapat akan dianalisis untuk mengetahui hasil yang terperinci dan menjawab permasalahan pada penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

**1. Pengujian Persyaratan instrumen**

**a. Uji Validitas**

Gozali (dalam ahmad ,2014:801) uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner dalam suatu penelitian. Suatu kuesioner dikatakan tidak valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan

sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Korelasi *product moment* dilakukan dengan bantuan SPSS versi 22.

Hasil dari perhitungan yang diperoleh akan dibandingkan dengan angka kritis tabel korelasi pada taraf signifikan 0,05 . apabila hasil perhitungan korelasi *product moment* sama dengan atau lebih nilai R pada angka kritis, maka pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

Untuk semua indikator valid akan dianalisa dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- rx<sub>y</sub> : koefisien korelasi
- x : Skor Item
- y : Skor Total
- n : Banyaknya Subjek

## b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu dapat diandalkan. Reliabilitas dianggap reliabel bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  jika rumus yang digunakan adalah rumus *Cronbach Alpha Coefficient*.

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_{bt^2}} \right]$$

(Sumber: Arikunto, 2010:239)

Dimana :

$r_{11}$  : Reliabilitas instrumen atau koefisien reabilitas

$k$  : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \alpha_b^2$  : Jumlah varians butir

$\alpha_b t^2$  : Varians total

## 2. Pengujian Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Pengujian terhadap normalitas dapat dilakukan dengan uji chi-square goodness of fit

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i}{E_i}$$

(Sumber: Arikunto, 2010:239)

Dengan :

$O_i$  : Frekuensi observasi pada kelas atau interval  $i$

$E_i$  : Frekuensi yang diharapkan pada kelas  $i$  didasarkan pada distribusi hipotesis, yaitu distribusi normal.

Kesimpulan mengenai distribusi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $x^2$ - statistik dengan  $x^2$ - tabel. Jika nilai  $x^2$  statistik lebih kecil dari satu atau sama dengan  $x^2$ - tabel, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

### b. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan pada taraf 0,05. Dua



variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan besar dari 0,05.

### c. Uji Homogenitas

Jika data sudah normal maka akan diuji apakah data tersebut homogen atau tidak. Uji yang digunakan adalah pengujian Homogenitas. Menurut Arikunto (2010: 364-365) “pengujian homogenitas adalah pengujian mengenai seram tidaknya variansi sampel-sampel yang diambil dari populasi yang sama”. Uji homogenitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji barlett. Teknis pengujian homogenitas menurut Budiyono (2013: 176) yaitu sebagai berikut :

#### 1) Hipotesis

$H_0$  : kedua populasi mempunyai variansi yang homogen.

$H_1$  : kedua populasi mempunyai variansi yang tidak homogen.

#### 2) Statistik Uji

$$x^2 = \frac{K}{c} \left( f \log RKG - \sum f_j \log S_j^2 \right)$$

Dengan :

$K$  = banyaknya populasi = banyaknya sampel

$f$  =  $N - k = \sum_{j=1}^k f_j$  = derajat kebebasan untuk RKG

$N$  = banyaknya seluruh nilai (ukuran)

$f_{j=n_j} - 1$  = derajat kebebasan untuk  $s_{j^2:j} = 1, 2, \dots, k$ :

$N_j$  = banyaknya nilai (ukuran) sampel ke-j = ukuran sampel ke j

$$RKG = \frac{\sum SS_j}{\sum f_j}$$

$$SS_j = \sum X^2_j - \frac{(\sum x^1)^2}{n_j} = (n_j - 1)s^2_j$$

$$c = 1 + \frac{1}{3(k-1)} \left[ \sum \frac{1}{f_j} - \frac{1}{f} \right]$$

3) Taraf Signifikansi

$$\alpha = 0,05$$

4) Daerah Kritik

$DK = \{X^2 | X^2 > X^2_{\alpha, k-1}\}$ , dengan k adalah banyaknya kelompok.

Dimana  $X^2_{\alpha, k-1}$  diperoleh dari tabel *chi square*.

5) Keputusan Uji

$H_0$  ditolak jika harga statistik uji berada di daerah kritik

6) Kesimpulan

a. Populasi- populasi homogen jika  $H_0$  diterima

b. Populasi- populasi tidak homogen jika  $H_0$  ditolak

### 3. Model Analisis

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variable bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variable tersebut (Sugiyono 2016:192). Model regresi merupakan suatu model matematis yang dapat digunakan untuk mengetahui pola pengaruh antara dua variable atau lebih.

Persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen yang diprediksikan (minat beli)

$X_1$  = Variabel independen (store atmosphere)

$X_2$  = Variabel independen (variasi menu)

$X_3$  = Variabel independen (harga)

$a$  = Konstanta ( Nilai Y apabila  $X_1 X_2 X_3 X_n = 0$ )

$e$  = error

$b_1 b_2 b_3 b_n$  = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

### b. Uji Parsial t

Pengujian ini bermaksud untuk mengetahui secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dikatakan berpengaruh signifikan apabila signifikan  $\leq \alpha$  (0,05), menggunakan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{s\beta_1}$$

Keterangan :

$\beta$  : Koefisien regresi

$s\beta_1$  : Simpanan baku  $s\beta_1$

Hasil uji t dapat dilihat pada *Output Coefficient* dari hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 22.

### c. Uji Simultan F

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel X secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung (dependen). Uji F membuktikan apakah terhadap minimal satu variabel Y, uji tersebut dirumuskan dengan :

$$t_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{1 - R^2}{n - k - 1}}$$

Keterangan :

K = Kebanyakan variabel bebas

N = Sampel

$R^2$  = Koefesiensi determinasi

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi  $F$  lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau signifikansi  $F$  lebih besar dari 0,05.

Hipotesisnya adalah sebagai berikut :

$H_0$  = secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a$  = secara simultan (bersama-sama) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

#### **d. Determinasi ( $R^2$ )**

Analisis determinasi regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentasi sumbangan pengaruh prosentase independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara serentak terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Koefesien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi dalam model mampu menjelaskan variasi-variasi dependen.  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1, maka prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variasi dependen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variasi dependen.

#### 4. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan dugaan atau pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah :

- a  $H_0: \beta_{X_1, Y} \geq 0$  : *Store atmosphere* ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ )
- $H_a: \beta_{X_1, Y} < 0$  : *Store atmosphere* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ )
- b  $H_0: \beta_{X_2, Y} \geq 0$  : Variasi menu ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ )
- $H_a: \beta_{X_2, Y} < 0$  : Variasi menu ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ )
- c  $H_0: \beta_{X_3, Y} \geq 0$  : Harga ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ )
- $H_a: \beta_{X_3, Y} < 0$  : Harga ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ )
- d  $H_0: \beta_{X_1, X_2, X_3, Y} \geq 0$  : *Store atmosphere* ( $X_1$ ), variasi menu ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) secara bersama-sama tidak berpengaruh minat beli konsumen ( $Y$ )
- $H_a: \beta_{X_1, X_2, X_3, Y} < 0$  : *Store atmosphere* ( $X_1$ ), variasi menu ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ )