

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Perencanaan Penelitian

Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk mengetahui salah satu aspek dari sasaran penelitian secara meluas meskipun pengumpulan data menggunakan teknik pengambilan sampel.¹ Sedangkan jenis penelitian deskriptif menjelaskan tentang sesuatu yang menjadi sasaran penelitian secara mendetail. Dalam arti, penelitian dilakukan untuk mengungkapkan segala sesuatu atau aspek dari sasaran penelitiannya.²

B. Lokasi Penelitian

Objek observasi pada penelitian ini bertempat di Kedai Kopi 66. Kedai Kopi 66 beralamat di Unnamed Road, Tunggul Sunnah, Selopanggung, Kec. Semen, Kab. Kediri, Jawa Timur 64161.

C. Variabel Penelitian

Variabel yaitu atribut atau nilai dari objek, orang atau kegiatan yang memiliki variasi untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.³

Variabel yang akan diteliti meliputi:

¹ Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), 56.

² Ibid., 57.

³ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 3.

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang dilihat sebagai penyebab adanya variabel yang di perkirakan menjadi akibatnya. Variabel bebas tersebut yaitu: (X) : Lokasi

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat tersebut yaitu: (Y) : Keputusan Pembelian

D. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional yang digunakan sebagai berikut:

1. Lokasi (X)

Lokasi adalah ketetapan yang dibuat oleh perusahaan, dimana perusahaan harus bertempat dan beroperasi. Penempatan suatu lokasi menjadi sangat penting karena menentukan seberapa sukses suatu jasa karena mempunyai kaitan yang erat dengan pasar potensial yang dituju⁴. Indikator yang ada pada lokasi adalah sebagai berikut:

⁴ Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 61.

Tabel 3.1

Indikator Penelitian Variabel Lokasi (X)

Variabel	Indikator
Lokasi (X)	1. Akses
	2. Visibilitas
	3. Lalu lintas
	4. Tempat parkir
	5. Ekspansi
	6. Lingkungan
	7. Persaingan (lokasi pesaing)

Sumber : Fandi Tjiptono, 2004.

Dalam penelitian ini, indikator yang dipakai meliputi akses, visitabilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, dan peraturan pemerintah.

2. Keputusan Pembelian (Y)

Kotler serta Armstrong (2006) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahapan dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan yang akan diambil konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Pihak produsen dan pemasar perlu lebih memperhatikan siapa yang membuat keputusan pembelian, jenis-jenis keputusan yang terlibat serta

langkah apa yang diambil dalam proses pembelian.⁵ Indikator dalam keputusan pembelian, meliputi :

Tabel 3.2

Indikator Penelitian Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan kebutuhan
	2. Pencarian informasi
	3. Evaluasi alternatif
	4. Keputusan pembelian
	5. Perilaku pasca-pembelian

Sumber : Philip Kotler serta Gary Armstrong, 2006

Berdasarkan tabel keputusan pembelian, indikator yang dipakai adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca-pembelian.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah penyebaran yang menyangkut objek atau subjek yang memiliki karakteristik untuk dipahami serta ditentukan untuk menarik kesimpulan.⁶ Populasi dalam penelitian tersebut ialah pengunjung Kedai Kopi 66 yang jumlahnya tidak terbatas/tidak terhingga.

⁵ Rani Puspa, et. al., "Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Perumahan Cijung River Park Serang", *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 3, No. 02, (Juli 2017), 209.

⁶ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 61.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang terdapat pada populasi.⁷ untuk memperoleh sampel pada penelitian ini memakai teknik *Probability* sampling yaitu teknik pengambilan sampel memberikan peluang yang sama disetiap anggota populasi untuk dipilih.⁸ Sampel pada penelitian ini hanya mengambil dari konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Kedai Kopi 66.

Penentuan jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian memakai tabel Isaac dan Michael. Pada penelitian ini tingkat kesalahan atau *sampling error* dalam menentukan jumlah sampel yaitu tingkat kesalahan 5%, dengan jumlah populasi tidak terhingga. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 349 responden.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Dalam mengumpulkan data yang diperoleh pada penelitian ini, penulis memakai sumber data primer.

Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer pada penelitian ini yaitu melakukan kuesioner kepada pengunjung Kedai Kopi 66 sebagai data

⁷ Ibid., 62.

⁸ Ibid., 63.

utama yang digunakan untuk mencari informasi terkait Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi 66, Selopanggung, Kabupaten Kediri.

2. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner. Kriteria responden yang diambil datanya yaitu responden yang sudah pernah membeli, dan juga responden tersebut telah mengenal Kedai Kopi 66 karena sudah pernah melakukan pembelian di Kedai Kopi 66.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian sebagai alat yang dipakai peneliti untuk mengumpulkan data dalam penilaian. Banyak sedikitnya pertanyaan pada instrumen yang digunakan terkait dengan jumlah variabelnya.⁹ Instrumen pada penelitian ini ialah kuesioner. Kuesioner berisi tentang daftar pertanyaan yang harus jawab oleh responden, dengan menjawab pertanyaan yang diberikan peneliti.

H. Analisis Data

Metode ini ditujukan dalam mengolah data yang sudah diperoleh lalu digabung dan berpola secara teratur supaya diperoleh data yang objektif, melalui pengamatan statistik untuk mengecek hipotesis. Adapun prosedur analisa data sebagai berikut:

⁹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 72.

1. *Editing*

Data yang masuk perlu diperhatikan apakah ada kesalahan saat pengisian. Kegiatan memperbaiki/pengecekan ini disebut dengan *editing*. Tujuannya merupakan kesimpulan yang didapatkan dari responden, apakah perlu dilakukan pembenahan/pemeriksaan ulang karena jawaban dari responden belum tentu selalu benar.

2. *Coding dan Categorizing*

Coding adalah pembuatan kode-kode pada setiap data yang termasuk dalam golongan yang sama.¹⁰ Kode yaitu syarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka serta huruf-huruf yang digunakan untuk petunjuk pada informasi atau data yang akan diteliti. Sedangkan untuk kategori adalah mengkategorikan data yang terdapat pada daftar pertanyaan ke dalam golongan variable masing-masing.

3. *Scoring*

Scoring yaitu memberikan nilai-nilai terhadap elemen-elemen yang perlu diberi skor/nilai. Tahapan ini adalah pemberian nilai berupa angka-angka pada lembar jawaban angket disetiap subjek, skor, dan setiap pertanyaan dari angket yang ditentukan berdasarkan peringkat pilihan, adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4

¹⁰ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 24.

- c. Cukup (C) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (TST) : 1

4. *Tabulating*

Tabulating data adalah membuat tabel-tabel yang meliputi data yang sudah di berikan kode sesuai dengan pengamatan yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang sama digolongkan dengan teratur dan teliti. Kemudian di jumlahkan seberapa banyak kejadian atau gejala yang sesuai dalam suatu kategori.

5. *Processing*

Processing atau menganalisis data dengan statistik, pada tingkat penelitian ini memakai bantuan program SPSS 26.0 dengan menggunakan analisis statistik. Metode analisis data merupakan suatu metode yang dipakai untuk pengolahan serta analisis data yang diperoleh dari penelitian lapangan, maka dari itu mampu dihasilkan kesimpulan metode ini ditujukan untuk analisis data yang sudah didapat yang terkumpul secara teratur serta berurutan, supaya diperoleh data yang objektif. Melalui analisis statistik untuk menguji hipotesis yaitu ada tidaknya atau seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian kopi (studi pada Kedai Kopi 66, Selopanggung, Kabupaten Kediri).

I. Uji Instrumen

Untuk memperoleh informasi yang lengkap, maka instrumen dalam penelitian harus memenuhi beberapa syarat. Ada dua syarat yang harus dipenuhi, yaitu *valid* dan *reliable*.

1. Uji Validitas serta Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu tingkat ketentuan data yang terjadi pada objek yang diteliti dengan daya yang dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan sebuah kuesioner. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r : koefisien korelasi *person product moment*

x : skor setiap pertanyaan atau item

y : skor total

n : jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu tingkat konsistensi serta stabilitas data atau temuan. Reliabilitas yaitu alat ukur dalam

sebuah kuesioner yang merupakan indikator dari sebuah variabel.¹¹ Menurut Triton, jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan *range* yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *alpha* 0,00-0,2 artinya kurang reliabel
- 2) Nilai *alpha* 0,21-0,4 artinya agak reliabel
- 3) Nilai *alpha* 0,41-0,6 artinya cukup reliabel
- 4) Nilai *alpha* 0,61-0,8 artinya reliabel
- 5) Nilai *alpha* 0,81-1,00 artinya sangat reliabel.¹²

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat serta variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan yaitu jika nilai mean atau median maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.¹³

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi dari satu

¹¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis serta Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 110.

¹² Jusnanda Putra Tanjung, "Analisis Fungsi Manajemen Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus BNI Syariah Cabang Medan)" (Skripsi diterbitkan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, 2018) 32.

¹³ Zuraidah, *Statistik Deskriptif* (Kediri: STAIN Press, 2012), 244.

pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas.¹⁴ Jika terdapat pola tertentu pada grafik scatter plot, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Kemudian apabila titik-titik menyebar disekitar angka 0 serta tidak membentuk suatu pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Identifikasi keberadaan multikolinearitas ini dapat didasarkan pada nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF > 10 dan nilai tolerance < 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independennya.¹⁵

Karim dan Hadi (2007) berpendapat bahwa untuk melihat adanya kasus multikolinearitas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), apabila nilai VIF suatu model kurang

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19* Edisi 5 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 89.

¹⁵ Siti Magfiroh et. al., "Profesional Audit dan Etika Kerja Terhadap Tindakan *Whistleblowing*", *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi* 16 (2), (2018), 107.

dari 10, maka model tersebut dinyatakan bebas dari kasus multikolinearitas.¹⁶

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai statistik hitung Durbin Watson. Kriteria nilai Durbin-Watson dijelaskan di bawah ini:

- 1) Jika $0 < d < d_L$ artinya terjadi autokorelasi positif.
- 2) Jika $d_L < d < d_U$ artinya tidak ada kepastian terjadi (ragu-ragu)
- 3) Jika $4 - d_L < d < 4$ artinya terjadi autokorelasi negatif.
- 4) Jika $4 - d_U < d < 4 - d_L$ artinya tidak ada kepastian (ragu-ragu)
- 5) Jika $d_U < d < 4 - d_U$ artinya tidak ada autokorelasi positif dan negatif.¹⁷

3. Uji Korelasi Sederhana

Uji korelasi sederhana digunakan untuk menunjukkan besarnya keeratan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y)¹⁸. Berikut rumus uji korelasi sederhana :

¹⁶ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 103.

¹⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 76.

¹⁸ Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, 195.

$$r_{xy} = \frac{N \Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(N \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2) (N \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Penjelasan:

r_{xy} = korelasi antara variabel X serta Y

X = variabel X (lokasi)

Y = variabel Y (keputusan pembelian)

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linier Sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (X) serta satu variabel terikat (Y). Analisis ini bertujuan untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel terikat (Y) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (X).¹⁹

Rumus Regresi Linier Sederhan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

X : Lokasi

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

¹⁹ Syofian Siregar, *Statistka Terapan untuk Perguruan Tinggi* (Jakarta: KENCANA, 2017), 220.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji t ialah sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ maka H_0 diterima serta H_a ditolak.

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak serta H_a diterima.²⁰

b. Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dengan memakai langkah – langkah pengujian berikut :

1) Menentukan hipotesis

H_a = artinya *variable* lokasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

2) *Level of signification* $\alpha = 0,05$

3) Menentukan f hitung

4) Menentukan f *table*

Dengan memakai tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, $df1 = k-1$ serta $df2 = n - k$.

5) Kriteria dan aturan pengujian

²⁰ Damondar Gurajati, *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi Kelima* (Jakarta: Erlangga, 2015), 195.

H0 diterima apabila $f \text{ hitung} \leq f \text{ table}$, H0 ditolak apabila $f \text{ hitung} > f \text{ table}$

6) Membandingkan $f \text{ hitung}$ dengan $f \text{ table}$

Maka dapat ditentukan apakah H0 diterima atau ditolak.²¹

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat digunakan sebagai petunjuk untuk mengetahui sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen.²² Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (lokasi) dalam menjelaskan variabel Y (keputusan pembelian). Kriteria pengujian $R^2 = 0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas mempunyai pengaruh kuat terhadap variabel terikat.

²¹ Ibid., 193.

²² Algifari, *Statistika Deskriptif Plus Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: Unit Pererbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2010), 200.