

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1 Strategi Penelitian**

Strategi penelitian yang digunakan yaitu strategi penelitian asosiatif merupakan suatu metode dalam meneliti suatu objek yang tujuannya untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dimana penelitian ini tujuannya adalah memberi penjelasan apakah terdapat pengaruh terhadap variabel X1 (Promosi), X2 (Kualitas Pelayanan) dan X3 (Suasana Toko) terhadap variabel Y (Impluse Buying) di Lottemart Kelapa Gading

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, dimana data diperoleh melalui opini dari responden yang diberikan baik secara langsung (wawancara) maupun tidak langsung (kuesioner), dengan menggunakan variabel promosi, kualitas pelayanan, suasana toko dan *impluse buying* sebagai data untuk memperoleh informasi.

#### **3.2 Populasi dan sampel penelitian**

##### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Menurut (Sugiyono,2017:80). Untuk penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen di Lottemart Kelapa Gading.

##### **3.2.2 Sampel Penelitian**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2017:81).Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu sampel yang dipilih dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang telah melakukan pembelian di Lottemart Kelapa Gading minimal

2 kali pembelian. Dalam hal ini responden merupakan pelanggan yang berbelanja di Lottemart Kelapa Gading yang telah berkunjung serta responden yang telah melakukan pembelian. Penentuan jumlah sampel menurut Rao Purba (2012) dapat dihitung dengan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{1.96^2}{4(0,01)^2}$$

$$n = 96,04$$

n = Jumlah Sampel

z = Nilai z dengan tingkat keyakinan tertentu, dalam penelitian ini tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% sehingga nilai z = 1.96

moe = margin of error atau kesalahan maksimum yang dapat ditolerir (dalam penelitian ini 10%)

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan minimal 96 pelanggan Lottemart Kelapa Gading.

### 3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

#### 3.3.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap impulse buying di LotteMart Kelapa Gading, dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada konsumen

#### 3.3.2 Teknik pengumpulan data

Penulis melakukan pengumpulan data baik sumber data tertulis maupun tidak tertulis dengan cara sebagai berikut:

##### 1. Penelitian Kepustakaan

Mengumpulkan informasi dan data dari berbagai sumber dengan tujuan untuk memperoleh landasan teori dan definisi-definisi yang digunakan dalam analisis kasus. Pengumpulan data dapat berupa dari buku, majalah, Koran, jurnal dan literatur lainnya yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori.

## 2. Penelitian Lapangan

Yaitu penelitian dilakukan secara langsung ketempat yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang lebih relevan dan akurat. Dalam hal ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, dan peneliti secara langsung memberikan kuesioner kepada konsumen Lottemart Kelapa Gading.

### 3.3.3 Instrumen Pengumpulan Data

- a. Observasi (Pengamatan) : pengumpulan data dengan melihat langsung, mendengar, dan mengamati objek yang akan diteliti dan dipergunakan untuk menyesuaikan data yang diperoleh.
- b. Interview (Wawancara): metode pengumpulan data dengan tanya jawab secara langsung dengan responden untuk memperoleh data yang lebih akurat sehubungan dengan masalah yang akan dibahas
- c. Kuesioner: Berisi sejumlah pertanyaan secara tertulis yang ada kaitannya dengan masalah yang sedang diteliti yang diajukan kepada konsumen di Lottemart Kelapa Gading.

Instrumen ini menggunakan skala Likert, hal ini dilakukan karena penelitian akan mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang promosi, kualitas pelayanan, suasana toko dan Impluse Buying. Jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1** Bobot Nilai Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2017)

Semakin besar jumlah nilai yang diberikan responden untuk tiap faktor menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel yang diukur dijabarkan kedalam beberapa indikator variabel dan masing – masing indikator variabel akan mempunyai sub indikator, dan sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item –item instrumen yang berupa pertanyaan dalam sebuah kuesioner penelitian pada tabel dibawah ini :

### 3.4 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yaitu untuk memberikan batasan dan penjelasan mengenai variabel – variabel yang akan digunakan dalam penelitian dan definisi operasionalnya. Pada tabel berikut disajikan variabel, indikator dan sub indikator yang di gunakan dalam penelitian.

**Tabel 3.2** Instrumen Variabel Promosi

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	Butir No
<b>Promosi</b>	Iklan	Iklan TV, Brosur, Katalog promo	1,2
	Promosi Penjualan	Pemberian hadiah, diskon	3,4
	Penjualan Perorangan	Membujuk calon konsumen untuk membeli barang	5
	Publisitas atau event	Mengadakan event untuk menampilkan produknya	6
	Hubungan masyarakat	Stimulasi permintaan yang tidak dibayar atas sebuah produk	7

Sumber: Sunyoto (2015:156)

**Tabel 3.3** Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	Butir No
<b>Kualitas Pelayanan</b>	Keandalan	Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang di janjikan	1
		Keandalan karyawan dalam memberikan informasi pelayanan	2
	Ketanggapan	Ketepatan pelayanan dan kecepatan merespon keinginan konsumen	3
	Keyakinan atau jaminan	Pelayanan yang ramah dan memahami kebutuhan konsumen	4
		Pengetahuan karyawan tentang produk yang ditawarkan	5
	Empati	Kesedian karyawan membantu konsumen dan perhatian kepada konsumen	6
	Berwujud	Penataan ruangan toko	7
		Kebersihan ruangan dan kenyamanan ruangan	8
		Penampilan karyawan	9
		Fasilitas lengkap (AC, Toilet, dll)	10

Sumber: Kotler dan Keller (2012)

**Tabel 3.4** Instrumen Variabel Suasana Toko

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	Butir No
<b>Suasana Toko</b>	Layout	Kerapihan display oleh peritel	1
		Pengkategorian jenis barang yang teratur	2
		Pengaturan jalan yang cukup lebar didalam toko	3
	Suara	Alunan musik yang dirasakan konsumen untuk mendukung suasana belanja	4
	Aroma	Aroma didalam toko memiliki dampak besar pada emosi konsumen	5
		Suhu udara didalam toko	6
	Tekstur	Tampilan fisik dari bahan – bahan yang di gunakan didalam toko	7
	Desain	Desain papan nama luar ruangan dan desain bangunan	8,9
		Desain penempatan pintu masuk	10
		Pencahayaan dalam toko yang baik	11

Sumber: Menurut Mowen Minor dalam Laksono Hadi Widayat (2015:5)

**Tabel 3.5** Instrumen Variabel Impluse Buying

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	Butir No
<b>Impluse Buying</b>	Spontanitas	Pembelian ini tidak diharapkan	1,
	Kekuatan, kompulsi, dan intensitas	Adanya motivasi untuk mengesampikan semua yang lain dan bertindak dengan seketika	2
	Kegairahan dan stimulasi	Keinginan membeli tiba – tiba diikuti dengan emosi	3
	Ketidakpedulian akan akibat	Desakan untuk membeli dapat begitu sulit di tolak	4

Sumber: Japarianto (2011:34)

### 3.5 Metode Analisis Data

Analisa dapat dilakukan dengan mengumpulkan data primer yang berasal dari kuesioner yang telah disebarakan terhadap responden di LotteMart Kelapa Gading. Kemudian data ini diklasifikasi ke dalam suatu bentuk tabel untuk memudahkan penelitian dalam menstransformasikan jawaban kuesioner yang penulis dapat menjadi nilai yang berupa angka. Pengolahan data menggunakan komputer dengan program *Miscrosoft Excel* dan bantuan program software *Statistical Product Service Solution (SPSS)* versi 22.0 software SPSS digunakan bertujuan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan cepat dalam pengolahan data. Penyajian data penelitian ini dalam bentuk diagram dan tabel.

#### 3.5.1 Uji Instrumen

Pertanyaan – pertanyaan dalam kuesioner ini diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

##### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125) uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan dengan peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Instrumen penelitian yang telah dibuat disebarakan kepada konsumen Lottemart Kelapa Gading sebagai sample penelitian. Pengujian ini menggunakan korelasi sederhana dengan cara mengkolerasikan antara skor tiap – tiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan. Instrument pertanyaan akan dinyatakan valid apabila mempunyai hasil  $r$  hitung yang besarnya minimal 0,30.

$$r_{hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2 - (\sum X)^2)\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{hitung}$  = koefisien validitas butir pernyataan yang dicari

- X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item  
 Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item  
 n = Jumlah responden

Apabila nilai  $r_{hitung}$  sebesar 0,3 ( $r_{kritis}$ ) ke atas, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau kostruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reabilitas instrument dilakukan dengan *Cronbach Alpha*, metoda ini digunakan untuk menghitung reabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Menurut Syofian Siregar (2015:90) menyatakan bahwa “Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, bila koefisien reabilitas  $> 0,60$ .

### 3.5.2 Analisis Statistik Data

Metoda analisis statistik data di pilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial dan simultan)

#### 3.5.2.1 Analisis Koefisien Determinasi (KD)

Menurut Ghazali (2016:98) tujuan koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Guna mengukur besarnya pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, akan di gunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

1. Determinasi parsial antara  $X_1$  terhadap  $Y$  ( $X_2$  dan  $X_3$  konstan)

$$KD_{Y1.23} = r_{Y1.23}^2 \times 100 \%$$

2. Determinasi parsial antara  $X_2$  terhadap  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_3$  konstan)

$$KD_{Y2.13} = r_{Y2.13}^2 \times 100 \%$$

3. Determinasi parsial antara  $X_3$  terhadap  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_2$  konstan)

$$KD_{Y3.12} = r_{Y3.12}^2 \times 100 \%$$

4. Determinasi berganda antara  $X_1, X_2,$  dan  $X_3$  terhadap  $Y$

$$KD_{Y1.2.3} = r_{Y123}^2 \times 100\%$$

Analisis ini merupakan alat yang dapat digunakan apabila dalam suatu penelitian terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial dihitung untuk mengetahui hubungan variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tetap.

1. Analisis koefisien korelasi parsial
  - a. Korelasi parsial antara  $X_1$  Promosi terhadap  $Y$  Impluse Buying ( $X_2$  dan  $X_3$  konstan)

$$r_{Y1.23} = \frac{ry_1 - ry_2 \cdot ry_3 \cdot r_{123}}{\sqrt{\{1 - (ry_2)^2\} \cdot (1 - ry_3)^2 \cdot \{1 - (r_{123})^2\}}}$$

- b. Korelasi parsial antara  $X_2$  kualitas pelayanan terhadap  $Y$  Impluse Buying ( $X_1$  dan  $X_3$  konstan)

$$r_{Y2.13} = \frac{ry_2 - ry_1 \cdot ry_3 \cdot r_{123}}{\sqrt{\{1 - (ry_1)^2\} \cdot (1 - ry_3)^2 \cdot \{1 - (r_{123})^2\}}}$$

- c. Korelasi parsial antara  $X_3$  suasana toko terhadap  $Y$  Impluse Buying ( $X_1,$  dan  $X_2$  konstan)

$$r_{Y3.12} = \frac{ry_3 - ry_1 \cdot ry_2 \cdot r_{123}}{\sqrt{\{1 - (ry_1)^2\} \cdot (1 - ry_2)^2 \cdot \{1 - (r_{123})^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{Y1}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_1$  (Promosi) terhadap  $Y$  (Impluse Buying)

$$= \frac{\sum X_{1i} Y_i}{\sqrt{\sum X_{1i}^2} \sqrt{\sum Y_i^2}}$$

$r_{Y2}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_2$  (Promosi) terhadap Y (Impluse Buying)

$$= \frac{\sum X_{2i} Y_i}{\sqrt{\sum X_{2i}^2} \sqrt{\sum Y_i^2}}$$

$r_{Y3}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_3$  (Suasana toko) terhadap Y (Impluse buying)

$$\frac{\sum X_{3i} Y_i}{\sqrt{\sum X_{3i}^2} \sqrt{\sum Y_i^2}}$$

$r_{Y1.23}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_1$  (promosi),  $X_2$  (Kualitas Pelayanan) dan  $X_3$  (suasana toko).

$$= \frac{\sum X_{1i} X_{2i} X_{3i}}{\sqrt{\sum X_{1i}^2} \sqrt{\sum X_{2i}^2} \sqrt{\sum X_{3i}^2}}$$

$X_1$  = Promosi

$X_2$  = Kualitas Pelayanan

$X_3$  = Suasana Toko

Y = Impluse Buying

### 3.5.2.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap  $\rho$  digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial maupun simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Pengujian Hipotesis Parsial

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial, sebagai akhir :

##### 1. Pengaruh $X_1$ Promosi dengan Y Impluse Buying.

$H_0 : \rho_{Y1.23} = 0$  (koefisien korelasi parsial antara promosi terhadap impluse buying tidak signifikan)

$H_a : \rho_{Y1.23} \neq 0$  (koefisien korelasi parsial antara promosi terhadap impluse buying signifikan)

2. Pengaruh  $X_2$  kualitas pelayanan dengan  $Y$  impluse buying.

$H_o : \rho_{Y2.13} = 0$  (koefisien korelasi parsial antara kualitas pelayanan terhadap impluse buying tidak signifikan)

$H_a : \rho_{Y2.13} \neq 0$  (koefisien korelasi parsial antara kualitas pelayanan terhadap impluse buying signifikan)

3. Pengaruh  $X_3$  suasana toko dengan  $Y$  impluse buying.

$H_o : \rho_{Y3.12} = 0$  (koefisien korelasi parsial antara suasana toko terhadap impluse buying tidak signifikan)

$H_a : \rho_{Y3.12} \neq 0$  (koefisien korelasi parsial antara suasana toko terhadap impluse buying signifikan)

Untuk menguji koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial dilihat taraf nyata  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ). Kriteria pengujian adalah :

$H_o$  ditolak, jika *significance T*  $< 0,05$

$H_a$  diterima, jika *significance T*  $\geq 0,05$

## 2. Pengujian Hipotesis Simultan

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji koefisien korelasi secara simultan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

$H_o: \rho_{Y1.2.3} = 0$  (koefisien korelasi simultan antara promosi, kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap Impluse buying tidak signifikan)

$H_a: \rho_{Y1.2.3} \neq 0$  (koefisien korelasi simultan antara promosi, kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap Impluse buying signifikan)

Untuk menguji koefisien korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan dilihat dari nilai *significance F* dibandingkan dengan taraf nyata  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ) kriteria pengujiannya adalah :

$H_o$  ditolak, jika *significance F*  $< 0,05$

$H_a$  diterima, jika *significance F*  $\geq 0,05$

Setelah dilakukan pengujian hipotesis terhadap koefisien korelasi diatas, Jika  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima maka koefisien kolerasi tersebut dapat digunakan untuk menentukan koefisien determinasi.