

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif ialah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian Sanusi (2011:13). Berfokus pada penjelasan sistematis mengenai fakta yang diperoleh pada saat penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini variabel yang akan diuji adalah atmosfer toko ( $X_1$ ), penataan produk ( $X_2$ ), promosi penjualan ( $X_3$ ), dan pembelian impuls (Y) Gramedia Metropolitan Mall Bekasi.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner langsung kepada konsumen Gramedia Metropolitan Mall di Jl. KH. Noer Ali, Pekayon Jaya, Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat 17148. Survey yang dilakukan melibatkan responden, oleh karena itu data yang dikumpulkan berasal dari konsumen Gramedia Metropolitan Mall Bekasi. Maka didalam survey penelitian ini, menerapkan konsep-konsep statistik seperti, pengambilan sampel dan pendekatan kuantitatif.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

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

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi umum dalam penelitian ini adalah konsumen Gramedia dan populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen Gramedia Metropolitan Mall Bekasi.

##### **3.2.2. Sampel Peneliti**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:81). Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode secara *purposive sampling* adalah teknik

pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:85). Tujuan menggunakan *purposive sampling*, karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan atmosfer toko, penataan produk, dan promosi penjualan yang terjadi pada Gramedia Metropolitan Mall Bekasi. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *purposive sampling* dengan menetapkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Kriteria sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah datang dan berbelanja di Gramedia Metropolitan Mall Bekasi.

Pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, sehingga penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Margin Of Error*, sebagai berikut :

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

Keterangan :

$n$  : Ukuran sampel

$z$  : skor  $z$  pada kepercayaan atau keyakinan yang dipakai 95%,  $z = 1,96$

$moe$  : *Margin Of Error* atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditolerir adalah 10%

Dengan dasar perhitungan tersebut maka, dapat dilihat ukuran sampel minimal yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2}{4.(0.1)^2} \\ &= \frac{3,84}{0,04} \\ &= 96.04 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya maka, jumlah sampel yang dihasilkan dalam penelitian ini berjumlah

96.04 sampel. Bila dibulatkan maka, banyaknya sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Penelitian dilakukan setiap hari Senin sampai Jum'at. Langkah awal yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara singkat terlebih dahulu kepada responden untuk dapat mengetahui konsumen yang pernah datang dan berbelanja di Gramedia Metropolitan Mall Bekasi. Kuesioner diberikan kepada responden dan responden diminta untuk menjawab sesuai dengan keadaan yang sebenarnya di Gramedia Metropolitan Mall Bekasi, setelah kuesioner selesai diisi responden, peneliti mengambil kembali kuesioner yang sudah diisi untuk di olah.

### **3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2017:137). Teknik yang dilakukan adalah teknik kuesioner yang merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2017:142).

Dapat disimpulkan bahwa sumber data primer merupakan data yang langsung didapatkan dari konsumen Gramedia Metropolitan Mall Bekasi dan disajikan sebagai sumber dari penelitian dan pengamatan secara langsung pada Gramedia Metropolitan Mall Bekasi. Sehingga, penelitian ini dilakukan dengan cara penelitian langsung.

Metode penelitian data dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian langsung (*Field Research*) dengan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pernyataan tertulis kepada sumber data untuk dijawab dengan keadaan yang sebenarnya pada Gramedia Metropolitan Mall Bekasi. Cara ini dilakukan dengan melakukan peninjauan secara langsung untuk dapat memperoleh data-data yang diperlukan.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Atmosfer Toko ( $X_1$ ), Penataan Produk ( $X_2$ ), dan Promosi Penjualan ( $X_3$ ), sedangkan variabel dependen adalah Pembelian Impuls ( $Y$ ).

Untuk menilai perilaku dan persepsi mengenai atmosfer toko, penataan produk, dan promosi penjualan. Maka, dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala *Likert* merupakan skala yang digunakan untuk dapat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2017:93). Jawaban dari setiap instrumen pernyataan atau pertanyaan yang menggunakan Skala *Likert* ini menghasilkan skor seperti yang terlihat dalam tabel dibawah ini :

**Tabel 3.1.** Bobot Alternatif Jawaban Responden

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

*Sumber: Sugiyono (2017:94)*

Sehingga variabel dibawah yang diukur dapat dijelaskan dengan indikator. Maka, akan dijadikan untuk menyusun item-item yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner penelitian. Untuk dapat menentukan indikator dari setiap variabel yang diteliti, perlu ilmu pengetahuan yang luas dan mendalam terkait variabel yang diteliti dan teori-teori pendukung. Penggunaan teori untuk menyusun instrument harus cermat dan teliti sehingga diperoleh indikator yang valid. Indikator yang digunakan dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 3.2.** Indikator Penelitian Atmosfer Toko

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Atmosfer Toko (X <sub>1</sub> )	1. Komunikasi Visual	Terdapat informasi yang dipajang di jendela/didalam toko	1
		Terdapat label <i>best seller</i>	2
	2. Pencahayaan	Pencahayaan toko terang	3
		Pencahayaan menyembunyikan kekurangan	4
	3. Warna	Warna toko menciptakan daya tarik	5
	4. Musik	Musik memberikan kesan santai	6
	5. Aroma	Aroma dari pewangi ruangan netral	7

Sumber: Utami (2017:356)

**Tabel 3.3.** Indikator Penelitian Penataan Produk

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Penataan Produk (X <sub>2</sub> )	<i>Window Display</i>	Bagian depan dari outlet Gramedia di tata menarik	8
		Pemajangan produk promo diletakan di depan outlet	9
	<i>Interior Display</i>	Produk yang dipajang dapat dilihat, dipegang, dijangkau	10
	<i>Interior Display</i>	Penyusunan produk ditempatkan pada etalase kaca tertutup	11
	<i>Exterior Display</i>	Produk dipajang saat melakukan kegiatan bazaar	12
		Produk dikenalkan kepada konsumen pada saat <i>event</i> tertentu	13

Sumber: Alma (2014:189)

**Tabel 3.4.** Indikator Penelitian Promosi Penjualan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Promosi Penjualan (X <sub>3</sub> )	Titik Penjualan	Pemajangan produk tempat yang mudah dijangkau konsumen	14
	Kontes	Gramedia menyelenggarakan acara yang bersifat kompetisi	15
	Kupon	Gramedia menawarkan kupon potongan harga khusus	16
	Sampel Produk	Gramedia memberikan contoh produk secara cuma-cuma	17
	Demonstrasi	Gramedia mempraktekkan contoh produk yang dijual	18
	Program Pelanggan Setia	Gramedia memberikan diskon	19
	Hadiah Langsung	Gramedia memberikan hadiah secara langsung	20
	Suvenir	Suvenir menunjukkan nama, logo logo Gramedia	21
	Hadiah Untuk Rujukan	Hadiah diberikan kepada pelanggan baru	22
	Acara-acara Khusus	Gramedia menyelenggarakan acara-acara khusus	23

Sumber: Utami (2017:318)

**Tabel 3.5.** Indikator Penelitian Pembelian Impuls

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Pembelian Impuls (Y)	Pembelian Spontan	Membeli barang tanpa berpikir terlebih dahulu	24
	Pembelian Tanpa Berpikir Akibat	Mengabaikan akibat negatif usai melakukan pembelian	25
	Pembelian Terburu-buru	Seringkali merasa terburu-buru ketika membeli sesuatu	26
	Pembelian Dipengaruhi Keadaan Emosional	Tidak bisa menahan keinginan untuk membeli suatu barang	27

Sumber: Bayley dan Nancarrow dalam Yistiani dkk (2012:139-149)

### 3.5. Metoda Analisis Data

Setelah data dikumpulkan, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik pengelolaan data. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab seluruh pernyataan yang tercantum pada identifikasi masalah. Analisis data adalah merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden yang terkumpul. Kegiatan analisis data adalah dengan cara mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel yang diteliti.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metoda kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika. Dalam menyajikan data penelitian, penulis menggunakan bentuk tabel dan gambar agar mempermudah untuk menjelaskan hasil dari penelitian.

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat analisis statistik data berupa program SPSS. SPSS adalah kepanjangan dari *Statistical Package for Social Sciences* yaitu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows (Ghozali, 2018:15). SPSS yang digunakan yaitu SPSS versi 25.0. Adapun analisis statistik data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

#### 3.5.1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya data suatu kuesioner. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017:267). Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur sesuatu hal yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017:172). Dalam penelitian ini untuk menguji validitas adalah dengan menggunakan metode uji validitas *Pearson Correlation*.

Untuk menguji validitas instrument dapat digunakan rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut:

$$\Gamma_{\text{hitung}} = \frac{n \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{(n(\Sigma X)^2 - (\Sigma X)^2)\}\{(n(\Sigma Y)^2 - (\Sigma Y)^2)\}}}$$

Keterangan :

$\Gamma_{\text{hitung}}$  = Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari

n = Banyaknya responden yang dicari

X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

### 3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban kuesioner yang merupakan indikator dari masing-masing variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan bersifat konsisten dan stabil (Sugiyono, 2017:125). Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas instrument dilakukan dengan teknik belah dua (*split half*), yang dianalisis dengan menggunakan rumus *Spearman Brown* :

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Nilai  $r_b$  dapat diperoleh dengan rumus :

$$r_b = \frac{n \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{(n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)\}\{(n \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)\}}}$$

Keterangan :

$r_i$  = Reliabilitas internal instrument

$r_b$  = Koefisien korelasi person *product moment*

n = Jumlah anggota ampel

X = Total skor butir item ganjil

Y = Total skor butir item genap



Instrumen penelitian dikatakan reliabel, apabila  $r_i$  sebesar 0,60 atau ( $r_i > r_b$ ) (Sugiyono, 2017:125).

### 3.5.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat atau dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2018:97). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Hasil dari persentase variabel terikat bisa dijelaskan oleh variabel bebas yang ditunjukkan dengan nilai *R Square* ( $R^2$ ) yang terdapat pada tabel *Model Summary* yang hasilnya akan didapatkan setelah melakukan pengolahan data melalui SPSS. Untuk mengetahui metode estimasi yang memberikan hasil yang lebih baik, maka kriteria yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai *R Square* ( $R^2$ ) yang menunjukkan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2018:97). Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi semakin besar, maka semakin besar kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan varians dari variabel dependennya.

### 3.5.4. Uji Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*-nya. Secara statistik, setidaknya dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak).

### 1. Pengujian Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini uji t, digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara masing-masing. Pengujian hipotesis secara parsial dalam penelitian ini adalah:

a. Atmosfer toko ( $X_1$ ) terhadap pembelian impuls (Y):

$H_0 : \rho_{1,234} = 0$  (tidak terdapat pengaruh antara atmosfer toko terhadap pembelian impuls)

$H_a : \rho_{1,234} \neq 0$  (terdapat pengaruh antara atmosfer toko terhadap pembelian impuls)

b. Penataan produk ( $X_2$ ) terhadap pembelian impuls (Y):

$H_0 : \rho_{1,234} = 0$  (tidak terdapat pengaruh antara penataan produk terhadap pembelian impuls)

$H_a : \rho_{1,234} \neq 0$  (terdapat pengaruh antara penataan produk terhadap pembelian impuls)

c. Promosi penjualan ( $X_3$ ) terhadap pembelian impuls (Y):

$H_0 : \rho_{1,234} = 0$  (tidak terdapat pengaruh antara promosi penjualan terhadap pembelian impuls)

$H_a : \rho_{1,234} \neq 0$  (terdapat pengaruh antara promosi penjualan terhadap pembelian impuls).

Untuk membuat kesimpulan ini, nilai *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata  $\alpha$  (5%) dengan kriteria :

$H_0$  ditolak, jika *significance t*  $\leq 0,05$  dan  $H_a$  diterima.

$H_0$  diterima, jika *significance t*  $\geq 0,05$  dan  $H_a$  ditolak.

### 2. Pengujian Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Uji F menguji hipotesis

bahwa  $b_1$ ,  $b_2$ ,  $b_3$  secara simultan sama dengan nol (Ghozali, 2018:98). Pengujian hipotesis secara simultan dalam penelitian ini adalah:

d. Pengaruh antara  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan terhadap  $Y$

$$H_0 : \rho_{1.234} = 0$$

(tidak terdapat pengaruh yang antara atmosfer toko, penataan produk, promosi penjualan, dan terhadap pembelian impuls).

$$H_a : \rho_{1.234} \neq 0$$

(terdapat pengaruh yang antara atmosfer toko, penataan produk, promosi penjualan, dan terhadap pembelian impuls).

Untuk membuat kesimpulan ini, nilai *significance F* dibandingkan dengan taraf nyata  $\alpha$  (5%) dengan kriteria :

$H_0$  ditolak, jika *significance F*  $\leq 0,05$  dan  $H_a$  diterima.

$H_0$  diterima, jika *significance F*  $\geq 0,05$  dan  $H_a$  ditolak.

Maka hasil pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan menyimpulkan  $H_0$  ditolak, artinya nilai koefisien determinasi dapat dipakai untuk menjelaskan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.