

## IV. METODOLOGI PENELITIAN

### 4.1. Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara *purposive*, yaitu sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis pengaruh *atmospherics stimuli* terhadap minat beli konsumen buah-buahan. Penelitian ini dilakukan di Istana Buah Jalan Terusan Borobudur No. 63 (Blimbing) Malang. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Istana Buah Blimbing, Malang merupakan salah satu perusahaan *retail* buah-buahan terbesar di kota Malang dan juga didasarkan pada kemudahan dalam melakukan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari hingga Maret 2013.

### 4.2. Metode Penentuan Sampel

Indriantoro dan Supomo (2002) menyatakan bahwa populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Sampel merupakan bagian dari sebuah populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut (Arikunto, 2002). Bila populasi besar atau sulit dihitung, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia (Notoatmodjo, 2005). Teknik ini didasarkan atas tujuan untuk mendapatkan informasi dari konsumen yang membeli buah-buahan di Istana Buah guna mengetahui pengaruh *atmospherics stimuli* terhadap minat beli konsumen. Menurut Walpole (1995), jumlah sampel sebanyak 30 orang telah mendekati distribusi normal. Sehingga jumlah sampel yang digunakan sebagai responden adalah 30 orang.

### 4.3. Metode Pengumpulan Data

Sumber data penelitian ini diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) atau sering disebut data primer yang secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu mengenai pengaruh *atmospherics stimuli* terhadap minat beli konsumen buah-buahan di Istana Buah Blimbing, Malang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek (*Self-Report Data*), yang menurut Indriantoro dan Supomo (2002) adalah jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden). Data subyek merupakan data penelitian yang dilaporkan sendiri oleh responden secara individual atau secara kelompok yang sumbernya.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Menurut Indriantoro dan Supomo (2002), metode observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda) atau kejadian sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Pada penelitian ini objek yang diamati secara langsung adalah komponen *atmospherics* yang terdapat di Istana Buah Blimbing, Malang yaitu yang terdiri dari komponen eksterior, interior, bentuk dan tata ruang, titik pembelian dan dekorasi serta manusia.

2. Metode Survey

Indriantoro dan Supomo (2002) menggambarkan metode survey sebagai suatu metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Metode ini memerlukan adanya kontak atau hubungan antara peneliti dengan subyek (responden) penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuisioner yang dilakukan langsung oleh peneliti. Pertanyaan peneliti dan jawaban responden dikemukakan secara tertulis melalui kuisioner.



#### 4.4. Metode Analisis Data

##### 4.4.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif comprehensive, yaitu untuk menggambarkan komponen *atmospherics* yang ada, yaitu yang diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan terhadap komponen *atmospherics* yang terdapat di Istana Buah Blimbing, Malang. Selain itu, analisis deskriptif juga digunakan untuk menggambarkan karakteristik konsumen yang berbelanja buah-buahan di Istana Buah Blimbing, Malang. Data karakteristik konsumen yang diperoleh ditabulasikan ke dalam analisa tabel sederhana yang sudah dipersiapkan, kemudian karakteristik tersebut dianalisis, meliputi jenis kelamin, alamat, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan tingkat penghasilan/uang saku.

##### 4.4.2. Pengujian Instrumen

###### 1. Uji Validitas

Menurut Singgih Santoso (2002), kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan dalam suatu angket atau kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner atau angket tersebut. Fredy Rangkuti (2001) menambahkan jika suatu alat ukur (pengukuran) yang validitas atau tingkat keabsahannya tinggi secara otomatis biasanya dapat diandalkan (reliabel). Sebaliknya, suatu pengukuran yang handal belum tentu memiliki keabsahan yang tinggi.

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar masing—masing pernyataan dengan skor total melalui penggunaan rumus teknik korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut (Masri Singarimbun dan Effendi, 1995) :

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

dimana :  
 r = korelasi nilai  
 X = skor pernyataan  
 Y = skor total

$N$  = jumlah elemen/atribut

Angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai  $r$ . Dengan taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ), instrumen tersebut dikatakan valid apabila diperoleh angka korelasi positif dan nilai angka korelasi lebih besar angka kritis ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ).

## 2. Uji Reliabilitas

Singarimbun dan Effendi (1995) menyatakan bahwa reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dihandalkan. Adapun teknik pengukuran reliabilitas yang digunakan adalah dengan rumus koefisien *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \left( \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right) \right]$$

dimana :

- $r$  = reliabilitas instrumen
- $k$  = banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma$  = jumlah varians butir
- $\Sigma \sigma$  = varians total

Setelah dilakukan perhitungan kemudian dibandingkan dengan tabel nilai kritisnya pada taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ), instrumen tersebut dapat dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih (Arikunto, 2002).

### 4.4.3. Analisis Kuantitatif

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan merupakan uji pendahuluan sebagai prasyarat analisis pada statistik parametrik antara lain korelasi *product moment*, regresi linier dan *one way anova* (Triton, 2006). Pada penelitian ini pengujian tersebut dilakukan dengan alat bantu komputer menggunakan software program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 16.0. Adapun beberapa alat analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:



a. Uji Multikolinieritas

Ragnar Frish (1934, dalam Sudrajat, 1983) mengemukakan bahwa multikolinieritas adalah adanya hubungan yang sempurna antara semua atau beberapa variabel eksplanatori dalam model regresi yang dikemukakan. Lebih lanjut Sudrajat (1983) menjelaskan bahwa gejala multikolinieriti hanya ditentukan oleh hubungan sempurna atau hampir sempurna antara variabel eksplanatori X dalam bentuk linear saja, jadi jika sekiranya terdapat hubungan fungsional selain linier, misalnya kuadratik atau kubik maka hubungan yang terjadi bukan merupakan gejala multikolinieriti. Akibat dari bentuk multikolinieriti ini, jika terjadi multikolinieriti sempurna, maka koefisien regresi variabel-variabel X tak dapat dideterminasi (ditentukan) dan galat baku (standard error)-nya bernilai tidak terbatas. Adanya gejala multikolinieriti yang tentu saja apabila variabel eksplanatori dalam model regresinya dua atau lebih dapat diketahui melalui:

- 1) Kolinieriti sering ditandai dengan nilai  $R^2$  yang tinggi (katakanlah antara 0,7 sampai 1,0), dan kemudian jika nilai-nilai koefisien korelasi sederhana (*zero order correlation*) juga bernilai tinggi (artinya signifikan secara statistik pada taraf tertentu), tapi koefisien regresinya tidak satu pun yang signifikan menurut uji-t.
- 2) Walaupun nilai-nilai korelasi sederhana dapat menunjang menunjukkan adanya kolinieriti, tapi hal itu tidak berarti merupakan dasar bagi adanya gejala multikolinieriti, karena seringkali nilai koefisien korelasi sederhana yang rendah. Oleh karena itu, untuk model regresi yang mengandung variabel eksplanatori dua atau lebih, nilai-nilai koefisien korelasi sederhana antar variabel eksplanatori tidak merupakan patokan dalam menentukan adanya gejala multikolinieriti.
- 3) Bukan saja multikolinieriti ditentukan oleh koefisien korelasi sederhana tapi juga ditentukan oleh koefisien korelasi partial.
- 4) Karena gejala multikolinieriti timbul oleh hubungan yang terjadi antar variabel X, maka salah satu caranya adalah meregresikan setiap pasangan variabel X dan carilah nilai  $R^2$  nya.

5) Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance inflation factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas diantara variabel bebasnya (Ghozali, 2006).

b. Uji Heteroskedastisitas

Triton (2006) mengemukakan bahwa heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi, sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan dan nilai residu pada heteroskedastisitas akan semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Sehingga model regresi yang baik adalah tidak terdeteksi adanya heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap (Santoso, 2002). Untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot*. Adapun dasar pengambilan keputusannya dilakukan dengan kriteria uji sebagai berikut (Santoso: 2002):

- a) Jika ada pola-pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada titik yang jelas dan titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel bebas, variabel terikat, atau variabel keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Suatu persamaan regresi yang baik adalah suatu model persamaan regresi yang di dalamnya terdapat suatu distribusi data secara normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan untuk memenuhi asumsi dasar statistik parametrik yakni data sampel yang digunakan hendaknya memiliki distribusi  $m$ -normal. Model regresi yang baik adalah memiliki



distribusi data normal atau mendekati normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji grafik P-P Plot, uji grafik histogram, dan uji Kolmogorov Smirnov terhadap nilai residual hasil persamaan regresi. Bila probabilitas hasil uji *Kolmogorov Smirnov* lebih besar dari 0,05 maka asumsi normalitas terpenuhi. Hasil dari uji normalitas adalah sebagai berikut. Melalui *Test of Normality* dengan Normal P-P Plot dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dan grafik dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Triton, 2006).

#### d. Uji Autokorelasi

Sudrajat (1988) mendefinisikan autokorelasi sebagai korelasi yang terjadi di antara anggota observasi yang terletak berduran secara series dalam bentuk waktu (jika datanya time series) atau korelasi antara tempat yang berderet/berdekatan kalau datanya cross-sectional. Autokorelasi tersebut menurut Gujarati (1995) disebabkan oleh adanya korelasi antar data pengamatan, dimana munculnya suatu data dipengaruhi oleh data sebelumnya bila diurutkan berdasarkan waktu. Untuk mendeteksi adanya autokorelasi digunakan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

## 2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda ini digunakan untuk menganalisis pengaruh *atmospherics stimuli* terhadap minat beli konsumen di Istana Buah. Regresi ini adalah regresi atau bentuk hubungan sebab akibat di mana variabel dependen Y dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen, apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

dimana: Y = Minat beli

$X_1$  = Eksterior, yang terdiri dari :

$X_{1,1}$  = bagian muka toko;  $X_{1,2}$  = alamat dan lokasi;  $X_{1,3}$  = pintu masuk;  $X_{1,4}$  = Tinggi dan ukuran Gedung;  $X_{1,5}$  = Lingkungan sekitar;  $X_{1,6}$  = Ketersediaan area parkir;  $X_{1,7}$  = Kemacetan dan kondisi lalu lintas

$X_2$  = Interior, yang terdiri dari:

$X_{2,1}$  = lantai;  $X_{2,2}$  = warna dan pencahayaan;  $X_{2,3}$  = Aroma;  $X_{2,4}$  = suara;  $X_{2,5}$  = kebersihan;  $X_{2,6}$  = lebar gang;  $X_{2,7}$  = suhu;  $X_{2,8}$  = Teknologi

$X_3$  = Bentuk dan tata ruang, yang terdiri dari :

$X_{3,1}$  = Desain dan pengalokasian ruang;  $X_{3,2}$  = Penempatan kasir;  $X_{3,3}$  = Arus lalu lintas;  $X_{3,4}$  = tempat dan rak;  $X_{3,5}$  = Furnitur;

$X_4$  = Titik pembelian dan dekorasi, yang terdiri dari:

$X_{4,1}$  = dekorasi yang disesuaikan dengan tema;  $X_{4,2}$  = dekorasi dinding;  $X_{4,3}$  = penataan buah;  $X_{4,4}$  = pencantuman harga;  $X_{4,5}$  = penampilan fisik buah;  $X_{4,6}$  = keragaman jenis buah

$X_5$  = Manusia, yang terdiri dari:



$X_{5.1}$  = keramahan pegawai;  $X_{5.2}$  = seragam karyawan;  $X_{5.3}$  = keramaian;  $X_{5.4}$  = ketanggapan pegawai

$\beta_0$  = bilangan konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi

$e$  = *error terms*

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah angka yang menunjukkan proporsi variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen ( $X_1, X_2, X_3$ ) (Arsyad, 2003). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variabel dependen. Rentang yang dimiliki oleh  $R^2$  adalah 0-1.  $R^2 = 0$ , artinya tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Jika  $R^2 = 1$ , maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna (Priyatno, 2008). Hal ini dapat terjadi jika data observasi tepat pada garis regresi yang diestimasi.

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengujian koefisien regresi secara simultan/serentak terhadap hipotesis satu dengan rumus (Sugiyono, 2006) sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2) / (n-k)}$$

dimana :

- $R^2$  = Koefisien korelasi ganda
- $k$  = Jumlah variabel independen
- $n$  = Jumlah anggota sampel

Kriteria hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1)  $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 = 0$ , yang berarti bahwa komponen *atmospherics stimuli* yang terdiri dari eksterior, bentuk dan tata ruang, titik pembelian dan dekorasi serta manusia secara serempak tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen buah-buahan.

- 2)  $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 \neq 0$ , yang berarti bahwa komponen *atmospherics stimuli* yang terdiri dari eksterior, bentuk dan tata ruang, titik pembelian dan dekorasi serta manusia secara serempak berpengaruh terhadap minat beli konsumen buah-buahan.

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

- 1)  $F_{hitung} > F_{tabel} (\alpha = 0,05)$  :  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel-variabel independen (X) secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- 2)  $F_{hitung} < F_{tabel} (\alpha = 0,05)$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti bahwa variable-variabel independen (X) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variable dependen (Y).

#### b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial atau digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) terhadap variabel independen (Y). Selain itu, uji t bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan atau tidak.

Formulasi uji t (Sugiyono, 2006), yaitu :

$$t = (r_p \cdot \sqrt{n - 2}) / (\sqrt{1 - r_p^2})$$

dimana:

- $r_p$  = korelasi parsial yang ditemukan
- $n$  = jumlah sampel
- $t$  = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel.

Untuk pengujian secara parsial, hipotesis dapat dinyatakan secara statistic sebagai berikut:

- 1)  $X_1$ :  $H_0 : \beta_1 = 0$ , yang berarti bahwa variabel eksterior ( $X_1$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen buah-buahan.  
 $H_a : \beta_1 \neq 0$ , yang berarti bahwa variabel eksterior ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen buah-buahan.



- 2)  $X_2$ :  $H_0 : \beta_2 = 0$ , yang berarti bahwa variabel interior ( $X_2$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen buah-buahan.  
 $H_a : \beta_2 \neq 0$ , yang berarti bahwa variabel interior ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen buah-buahan.
- 3)  $X_3$ :  $H_0 : \beta_3 = 0$ , yang berarti bahwa variabel bentuk dan tata ruang ( $X_3$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen buah-buahan.  
 $H_a : \beta_3 \neq 0$ , yang berarti bahwa variabel bentuk dan tata ruang ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen buah-buahan.
- 4)  $X_4$ :  $H_0 : \beta_4 = 0$ , yang berarti bahwa variabel titik pembelian dan dekorasi ( $X_4$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen buah-buahan.  
 $H_a : \beta_4 \neq 0$ , yang berarti bahwa variabel titik pembelian dan dekorasi ( $X_4$ ) secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen buah-buahan.
- 5)  $X_5$ :  $H_0 : \beta_5 = 0$ , yang berarti bahwa variabel manusia ( $X_5$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen buah-buahan.  
 $H_a : \beta_5 \neq 0$ , yang berarti bahwa komponen variabel manusia ( $X_5$ ) secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen buah-buahan.

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

- 1)  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ) :  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel-variabel independen ( $X$ ) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ).
- 2)  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ),  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti bahwa variabel-variabel independen ( $X$ ) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ).