

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Arikunto (2017), Desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat peneliti sebagai persiapan dari kegiatan yang dilaksanakan. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan arah mana yang akan dilakukan dalam melaksanakan penelitian tersebut, serta memberikan gambaran jika penelitian itu telah jadi atau selesai penelitian tersebut diberlakukan.

Desain penelitian berfungsi untuk membantu pelaksanaan penelitian agar dapat berjalan dengan baik. Metode analisis data yang digunakan penulis dalam menganalisis masalah yang ada dengan metode analisis data deskriptif dan kuantitatif, metode ini digunakan untuk mengetahui gambaran dan pengaruh *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat.

3.2.2 Sampel

Dalam penelitian ini, Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka digunakan rumus *Lemeshow* untuk mengetahui jumlah sampel. Berikut rumus lemeshow menurut Riyanto dan Hermawan (2020).

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z = Nilai tabel norma dengan alpha tertentu

P = Fokus Kasus

d = alpha (0,1) atau 10% dari tingkat kepercayaan 95% yang umum digunakan dalam penelitian

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,1^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (0,5)}{0,1^2}$$

$$= 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 96$$

Jadi, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 96 konsumen

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat yang beralamat di Jl. Jend. Ahmad Yani No.23, Rantauprapat, Kec. Rantau Utara, Kab. Labuhanbatu, Sumatera Utara, Kode Pos : 65311. Penelitian ini akan dilaksanakan dari bulan Oktober 2024 sampai dengan bulan Maret 2025.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Okt 2024				Nov 2024				Des 2024				Jan 2025				Feb 2025				Mar 2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul																								
2	Konsultasi judul dengan doping																								
3	Membuat pra riset																								
4	Pra Riset																								
5	Penyusunan Proposal																								
6	Bimbingan Proposal																								
7	Seminar Proposal																								
8	Pengolahan Data																								
9	Penyusunan Skripsi																								
10	Sidang																								

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Arikunto, 2017). Pada penelitian ini peneliti menggunakan varibel yang dibagi menjadi variabel independen dan variable dependen, yaitu *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian. Operasionalisasi variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.2

Tabel 3.2
Defenisi Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
1.	<i>Servicescape</i> (X ₁)	<i>Servicescape</i> yaitu lingkungan fisik yang dibuat atau dirancang oleh manusia untuk menyampaikan dan saling berinteraksi mengenai apa yang telah diproduksi sedemikian rupa untuk menarik serta mempengaruhi minat konsumen	1. Kondisi lingkungan (<i>ambient conditions</i>) 2. Tata ruang dan fungsi (<i>spatial layout and functionality</i>) 3. Tanda, simbol dan artefak (<i>sign, symbol and artifacts</i>) Sumber : Dewi (2022)	Likert
2.	Variasi Produk (X ₂)	Variasi produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada para konsumen. Salah satu unsur kunci dalam persinggan bisnis adalah keragaman produk yang disediakan oleh pelaku usaha kepada konsumen	1. Merk produk 2. Kelengkapan produk 3. Ukuran produk 4. Kualitas produk Sumber: Indrasari (2019)	Likert
3.	Potongan Harga (X ₃)	<i>Price Discount</i> atau potongan harga merupakan salah satu bentuk dari promosi penjualan yang sering diterapkan oleh pemasar di toko offline dan online yang lebih ditujukan kepada konsumen akhir.	1. Produk melimpah 2. Adanya persaingan pasar 3. Persaingan harga 4. Menguntungkan beberapa pelanggan 5. Mengunggulkan pasar melalui biaya yang lebih rendah Sumber : Kotler dan Keller (2016)	Likert
3.	Tempat (X ₄)	Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau perusahaan didirikan di tempat yang strategis agar mempermudah dan memperlancar kegiatan penyaluran barang atau jasa kepada konsumen sehingga perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan perusahaan.	1.Akses 2.Visibilitas 3.Tempat parkir cukup luas 4.Lingkungan 5.Persaingan Sumber: Kotler dan Armstrong (2016)	Likert
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah salah satu konsep dari perilaku konsumen baik	1. <i>Product choice</i> (pilihan produk) 2. <i>Brand choice</i> (pilihan merek)	Likert

		<p>individu, kelompok ataupun organisasi yang menetapkan suatu pilihan yang dianggap memuaskan atau menguntungkan.</p> <p>3.<i>Purchase amount</i> (jumlah pembelian atau kuantitas) 4.<i>Purchase timing</i> (waktu pembelian) 5.<i>Payment method</i> (metode pembayaran).</p> <p>Sumber: Kotler dan Keller (2016)</p>	
--	--	---	--

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

3.5 Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Husein (2019). Skala *Likert* menggunakan lima tingkatan jawaban sebagai berikut:

**Tabel 3.3
Skor Pendapat Responden**

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

3.6 Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Husein (2019), digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus dihapus atau diganti

karena tidak mengukur yang hendak diukur. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dalam pengambilan kepuasan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan *Pearson Product Moment*.

**Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	Corrected Item Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Status
Servicescape (X ₁)	X _{1.1}	0,980	0,3610	Valid
	X _{1.2}	0,961	0,3610	Valid
	X _{1.3}	0,979	0,3610	Valid
Variasi Produk (X ₂)	X _{2.1}	0,936	0,3610	Valid
	X _{2.2}	0,924	0,3610	Valid
	X _{2.3}	0,914	0,3610	Valid
	X _{2.4}	0,956	0,3610	Valid
Potongan Harga(X ₃)	X _{3.1}	0,920	0,3610	Valid
	X _{3.2}	0,880	0,3610	Valid
	X _{3.3}	0,930	0,3610	Valid
	X _{3.4}	0,921	0,3610	Valid
	X _{3.5}	0,913	0,3610	Valid
Tempat (X ₄)	X _{4.1}	0,900	0,3610	Valid
	X _{4.2}	0,864	0,3610	Valid
	X _{4.3}	0,893	0,3610	Valid
	X _{4.4}	0,860	0,3610	Valid
	X _{4.5}	0,913	0,3610	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y _{.1}	0,883	0,3610	Valid
	Y _{.2}	0,827	0,3610	Valid
	Y _{.3}	0,915	0,3610	Valid
	Y _{.4}	0,955	0,3610	Valid
	Y _{.5}	0,849	0,3610	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2024

Hasil uji validitas dari setiap pernyataan dalam variable preferensi konsumen, persepsi harga dan keputusan pembelian lebih besar dari nilai r tabel

0,3610 sehingga semua butir pernyataan dalam kuesioner *servicescape*, variasi produk, potongan harga, tempat dan keputusan pembelian dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2017) “Uji reabilitas adalah metode pengujian yang digunakan untuk menetapkan apakah instrument dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reabilitas instrument mencirikan tingkat konsistensi”.

Nilai koefisien yang baik adalah di atas 0,7. Pengukuran validitas dan reabilitas mutlak dilakukan, karena jika instrument yang digunakan sudah tidak valid dan reliable maka dipastikan hasil penelitiannya tidak akan valid dan reliabel.

**Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Keterangan
Servicescape (X_1)	0,971	Reliabel
variasi Produk (X_2)	0,950	Reliabel
Potongan Harga(X_3)	0,950	Reliabel
Tempat (X_4)	0,931	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,931	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 3.5 dapat dilihat nilai *Cronbach alpha* masing-masing variabel yaitu *servicescape*, variasi produk, potongan harga, tempat dan keputusan pembelian lebih besar dari 0,7, maka ukur yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Umma dan Roger (2017) ada dua jenis data dan sumber data yaitu:

1. Observasi

Menurut Umma dan Roger (2017), Observasi merupakan suatu kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data melalui observasi digunakan bila, penelitian berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam apabila responden yang diamati tidak terlalu besar.

2. Kuesioner

Umma dan Roger (2017) menyatakan kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah di rumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatatjawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang di definisikan dengan jelas. Kuesioner merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien karena studi yang bersifat deskriptif atau eksplanatori.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat

dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang melebar kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tetentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3.8.3 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghozali, 2018).

Multikolenieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflationfactor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adaanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10, (Ghozali, 2018).

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (Ghozali, 2018). Analisis deskriptif digunakan juga untuk menggambarkan pusat, penyebaran, dan bentuk distribusi, dan sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data

Analisis statistika yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Nilai minimum yaitu nilai terendah atau terkecil yang dijawab responden dalam kuesioner penelitian.
2. Nilai maksimum yaitu nilai tertinggi atau terbesar yang dijawab responden dalam kuesioner penelitian.
3. Mean (pengukuran tendensi sentral) yaitu nilai rata-rata dari jawaban responden atas pertanyaan kuesioner penelitian.
4. Perhitungan penyebaran data melalui rata-rata, standar deviasi, dan perhitungan persentase.

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisi regresi linier berganda ini digunakan untuk menguji hubungan/kolerasi/pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat, yaitu pengaruh *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat yaitu:

$$Y = a - b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan :

- Y : Keputusan Pembelian
A : Konstanta Persamaan Regresi
 $B_1 B_2 B_3 B_4$: Koefisien Regresi
 X_1 : *Servicescape*
 X_2 : Variasi Produk
 X_3 : Potongan Harga
 X_4 : Tempat
E : Error

3.9.3 Uji t (Parsial)

Menurut Ghazali (2018), uji t pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya.

3.9.4 Uji F (Simultan)

Ghazali (2018), mengemukakan uji F pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen memiliki pengaruh

terhadap variabel terkait atau dependen. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi layak digunakan.

3.9.5 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian. Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

Jika D mendekati nilai 0, berarti pengaruh independen atau variabel *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat terhadap dependen atau variabel keputusan pembelian adalah lemah.

Jika D mendekati nilai 1, berarti pengaruh independen atau variabel *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat terhadap dependen atau variabel keputusan pembelian adalah kuat