

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Mirota Batik Yogyakarta, sedangkan subjek penelitian yang akan diteliti adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Mirota Batik Yogyakarta

B. Jenis Data

Data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data asli yang diperoleh dari angket atau kuisioner yang telah dibagikan kepada konsumen yang pernah berkunjung ke Mirota Batik Yogyakarta yang terkait dengan variabel-variabel yang diteliti yaitu: citra toko, suasana toko, pertunjukan toko dan niat beli ulang

C. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel pada suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada. (Sugiyono, 2011) mengemukakan bahwa sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011). Sehingga dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pertimbangan sebagai berikut:

1. Konsumen yang mengetahui, mengerti dan pernah berkunjung ke Miorta Batik Yogyakarta.
2. Konsumen dengan usia minimal 18 tahun, dan dalam waktu satu tahun terakhir melakukan pembelian di Miorta Batik Yogyakarta lebih dari satu kali.

D. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuisioner. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi perangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk jawaban. Sugiyono (2011).

Penelitian ini merupakan kuisioner yang menggunakan skala Likert digunakan untuk mengukur setiap pertanyaan yang di berikan kepada responden. Kemudian responden akan memilih salah satu dari jawaban yang tersedia, masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Total skor inilah yang ditafsir sebagai posisi responden dalam skala Likert. Kriteria pengukuran skornya adalah sebagai berikut:

- 1) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1
- 2) Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- 3) Netral (N) diberi skor 3
- 4) Setuju (S) diberi skor 4
- 5) Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah niat beli ulang, sedangkan variabel independen (X) terdiri dari tiga variabel yaitu: citra toko, suasana toko dan pamern toko. Berikut definisi oprasional

1. Citra toko (X1)

Citra toko adalah kesan yang diinterpretasikan sebagai kelengkapan produk yang dirasakan konsumen berdasarkan paparan baik saat ini dan sebelumnya. Haurissa (2012), diukur melalui indikator yang dikembangkan sebagai berikut:

- a. Nama toko memiliki reputasi di mata konsumen
- b. Layanan toko yang dirasakan konsumen
- c. Kelengkapan barang dalam toko
- d. Toko menyediakan barang yang berkualitas
- e. Toko memberikan harga yang kompetitif
- f. Kebersihan toko selalu terjamin
- g. Lokasi toko

2. Suasana toko (X2)

Suasana toko adalah rancangan dari suatu desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi dari pelanggan dan akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Levy dan Weitz (2012) diukur melalui indikator yang dikembangkan sebagai berikut:

- a. Kerapian display oleh toko

- b. Pengkategorian jenis barang yang teratur
- c. Alunan musik yang dirasakan konsumen
- d. Aroma dalam toko
- e. Pencahayaan dalam toko yang baik
- f. Suhu udara dalam toko yang sesuai

3. Pertunjukan toko (X3)

Pertunjukan toko adalah toko bukan hanya sekadar menjual produk tetapi lebih merupakan suatu pertunjukan atau pagelaran produk yang memicu konsumen untuk membeli produk yang dipamerkan yang mampu membedakan dengan pesaingnya. (Simamora, 2003) diukur melalui indikator yang dikembangkan sebagai berikut:

- a. Desain toko
- b. Hiasan ruangan toko
- c. Kerapian etalase
- d. Promosi diskon toko
- e. Bazaar toko

4. Niat beli ulang (Y)

Niat beli ulang adalah niat beli ulang merupakan hasrat atau keinginan yang timbul dalam diri konsumen untuk membeli kembali pada kesempatan yang akan datang pada produk atau jasa yang sama. Lupiyoadi (2007), diukur melalui tiga indikator yang dikembangkan sebagai berikut:

- a. Kesetiaan kepada perusahaan atau produk

- b. Keinginan untuk tetap menggunakan produk yang dipasarkan perusahaan
- c. Kemauan untuk membayar lebih harga produk
- d. Respon lingkungan eksternal kepada penyelesaian masalah
- e. Respon lingkungan internal kepada penyelesaian masalah

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Sekaran (2011) Uji Validitas adalah merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat ukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang kita ingin ukur. Dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat validitas dari kuesioner. Valid atau tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product momen* person dengan menggunakan software SPSS for Windows dengan taraf signifikansi 5%. Kriteria perhitungan sebagai berikut:

- 1) Apabila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka kuesioner dinyatakan valid.
- 2) Apabila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur reliabel atau handal tidaknya suatu kuesiner. Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari

alat pengukuran yang kita gunakan, sehingga memberikan hasil yang relative konsisten jika pengukuran tersebut diulangi (Sekaran, 2011). Uji reliabilitas menggunakan software SPSS for Windows dan diukur dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* (Sekaran, 2011). Kriteria perhitungan sebagai berikut:

- 1) Apabila hasil koefisien *Alpha* lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
- 2) Apabila hasil koefisien *Alpha* lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

G. Analisis Data Dan Uji Hipotesis

1. Analisis Data

Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh dua independent variabel (X) atau lebih terhadap dependent variabel (Y) (Sekaran, 2011). Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh citra toko, suasana toko dan pertunjukan toko berpengaruh terhadap niat beli ulang. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan menggunakan software SPSS.

Persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

Y = Niat Beli Ulang

a = Konstanta

X_1 = Citra Toko

X_2 = Suasana Toko

X_3 = Pertunjukan Toko

b_1 = Koefisien regresi variabel citra toko

b_2 = Koefisien regresi variabel suasana toko

b_3 = Koefisien regresi variabel pertunjukan toko

2. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent. Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk menguji secara parsial ketiga variabel independent yaitu: citra toko, suasana toko, dan pertunjukan toko terhadap variabel dependen niat beli ulang. Besarnya tingkat signifikansi masing-masing variabel dapat diketahui dengan cara melihat p value pada uji t. apabila p value $< \alpha$ (0,05) berarti masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

Kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Signifikan apabila p value $< \alpha$ (0,05), berarti ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- 2) Tidak signifikan apabila $p \text{ value} \geq \alpha (0,05)$, berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, yaitu: citra toko, suasana toko, dan pertunjukan toko. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2011).

Kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.
- 2) Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen