

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Subjek dan Objek Penelitian**

Menurut Arikunto (2008) mendefinisikan bahwa subjek merupakan suatu yang penting dalam penelitian, subjek disiapkan sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian bisa berupa benda, hal atau orang. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah berbelanja di Planet Surf Yogyakarta.

Sedangkan objek menurut Sugiyono (2014) adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal yang objektif, valid dan reliable tentang suatu hal atau variabel tertentu. Objek penelitian ini adalah toko Planet Surf Yogyakarta .

#### **B. Jenis Data**

Menurut Sugiyono (2014) mendefinisikan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Jadi jenis data yang kita gunakan penelitian ini adalah data primer, data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari responden

#### **C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Menurut Sugiyono (2014) mendefinisikan teknik pengambilan sampel merupakan teknik untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Karena metode ini dapat memperoleh satuan sampling yang memiliki karakteristik yang dapat

dikehendaki. Dimana dalam setiap sampel ditujukan kepada responden yang sesuai dengan kriteria, sehingga dapat memberikan informasi yang cukup akurat untuk suatu penelitian.

Kriteria responden ini adalah konsumen yang usianya diatas 17 tahun dan konsumen yang pernah berbelanja minimal 3 kali dalam waktu 3 bulan terakhir..

Keputusan pilihan sampel merujuk pada Hair *et al* (2010) yang menjadi kuantitas sampel yaitu berkisar 100-200 responden. Oleh karena dasar sumber tersebut, peneliti menggunakan sampel yang berjumlah 150 sampel.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2014) mendefinisikan bahwa teknik pengumpulan data diharapkan dapat memberikan data yang akurat dan lebih spesifik dan teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian. Data diperoleh dengan metode survei yang merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan kuesioner untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Skala likert digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

#### **E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu obyek atau fenomena.

Sekaran (2014) menyatakan variable eksogen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel endogen (terikat), dapat mempengaruhi positif atau negatif. Variabel mediasi

merupakan variabel yang berada di antara variabel eksogen dan endogen. Variabel endogen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi variabel eksogen (bebas).

Riset ini mempunyai variabel bebas Store Atmosphere, emosi sebagai variabel mediasi dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

Seluruh variabel pada riset ini memakai skala *Likert* dalam upaya mengelompokkan variabel yang nantinya diukur dalam riset. Skala *Likert* dirancang demi mengevaluasi tingkat kesetujuan atau ketidak setujuan sampel terpilih dalam skala 5 titik.

**Tabel 3. 1**  
**Definisi Oprasional dan Indikator Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
Komunikasi Visual (X1)	Komunikasi Visual adalah alur utama yang harus di perhatikan di dalam sebuah toko, maka hendaklah dikonsepskan secara ringkas dan menarik (Utami 2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interior toko</li> <li>2. Layout toko</li> <li>3. Dekorasi ruangan</li> <li>4. Petunjuk produk</li> </ol>
Pencahayaan (X2)	Pencahayaan yang bagus membantu menciptakan ketertarikan pada toko, pencahayaan harus memberikan warna yang tepat untuk barang. di dalam toko memiliki dampak yang sangat positif bagi konsumen. (Utami 2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pencahayaan di dalam toko</li> <li>2. Lampu <i>display</i></li> </ol>
Warna (X3)	Warna adalah alat yang sangat kuat dalam visualisasi barang dagangan, warna juga menciptakan daya tarik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Warna dinding toko</li> <li>2. Warna <i>display</i></li> </ol>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
	dan sangat melahirkan penjualan. (Utami 2018)	
Musik (X4)	Pemilihan musik yang tepat dapat memberikan rasa nyaman kepada konsumen sehingga mau mekuangkan waktu berada di dalam tokosemakin besar peluang terciptanya impulse buying atau pembelian yang tidak direncanakan. (Utami 2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Musik yang diputar tidak berulang-ulang</li> <li>2. Pergantian musik</li> <li>3. Volume musik</li> <li>4. Jenis music</li> </ol>
Aroma (X5)	Aroma merupakan salah satu dari elemen dari suasana toko yang secara sengaja dihadirkan dalam lingkungan toko sebagai salah satu daya tarik bagi pengunjung. Aroma dianggap sebagai sesuatu yang paling lekat dengan respons emosional. (Utami 2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberi wewangian di dalam toko</li> <li>2. Memberi wewangian di pintu masuk</li> </ol>
Emosi (Z)	Solomon et al (2010) suasana hati atau emosi seseorang pada saat pembelian dapat memiliki dampak besar pada apa yang dia beli atau bagaimana dia menilai pembeliannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsumen merasa senang.</li> <li>2. Konsumen merasa bergairah.</li> <li>3. Konsumen merasa bebas/tidak dibatasi.</li> <li>4. Konsumen merasa puas</li> </ol>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Peter dan Olson (2014) keputusan pembelian merupakan proses integritas yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan guna mengevaluasi dua atau lebih alternative dan memilih satu diantaranya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan masalah kebutuhan</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternative</li> <li>4. Keputusan pembelian</li> <li>5. Perilaku pasca pembelian</li> </ol>

## F. Uji Kualitas Instrumen

Sekaran (2014) mendefinisikan bahwa alat riset yang baik hedaknya mempunyai validitas dan reliabilitas sebagai ketentuan krusial. Validitas dipakai untuk mengevaluasi tingkat baik sebuah alat yang digunakan untuk mengukur, disisi lain reliabilitas merupakan data yang dipakai untuk mengevaluasi tingkat konsistensi instrumen.

### 1. Uji Validitas

Menurut Sekaran (2014) mendefinisikan bahwa Uji Validitas memastikan pengukuran memasukkan soal-soal yang layaknya mewakili pada gejala yang hendak diukur. Janis validitas pada riset ini adalah validitas konstuk. Alat dikategorikan valid jika mempunyai nilai *factor loading* > 0,50 (Hair, et al., 2010).

### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2014) mendefinisikan bahwa Uji reliabilitas merupakan sebuah instrumen dalam rangka mengukur sebuah kuesioner yang merupakan suatu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan parameter dari sebuah konstruk. Sebuah instrument bias dinyatakan handal apabila jika hasil yang didapat cenderung stabil. Standar

alat pengujian dinyatakan reliabel yaitu  $> 0,70$  pada *cut of value* dari *Construct Reliability* (CR) untuk melihat data reliable atau tidak (Hair, et al., 2010). Untuk menghitung dari nilai CR menggunakan rumus sebagai berikut

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{standardized loading})^2}{(\sum \text{standardized loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

### G. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis

Suatu penelitian membutuhkan analisis data yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Analisis data ialah proses penyerdehanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal. Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini maka teknik analisis yang digunakan adalah SEM (Structural Equation Modelling) yang dioperasikan melalui program AMOS. Pemodelan penelitian melalui SEM memungkinkan seorang peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat dimensional (mengukur apa indikator dari sebuah konsep) dan regresif (mengukur pengaruh hubungan antara factor yang telah diidentifikasi dimensinya). Langkah-langkah tersebut mengacu pada proses analisis SEM menurut (Hair, et. Al., 1998 dalam Iman Ghazali 2011)

Adapun langkah-langkah SEM, sebagai berikut:

#### 1. Langkah 1: Pengembangan model berdasarkan teori

Pengembangan model dalam penelitian ini telah dilakukan seperti yang dijelaskan dalam teori, dimana terdapat tiga variabel yang terdiri dari satu variable endogen, satu variable eksogen dan satu variable mediasi. Variable diukur menggunakan indikator untuk menguji hubungan store atmosphere, emosi dan keputusan pembelian.

#### 2. Langkah 2 dan 3: menyusun diagram jalur dan konversi diagram

Jalur ke persamaan structural. Masing-masing variable beserta indikator yang telah dibangun pada langkah sebelumnya antara satu dengan yang lainnya, sehingga membentuk diagram jalur pada model penelitian. Masing-masing model kausalitas dibuat berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang dikembangkan. Dalam SEM diagram jalur ini dapat dikonversikan ke dalam persamaan structural.

3. Langkah 4: memilih jenis input matriks dan estimasi yang diusulkan.

Input data dalam SEM menggunakan matriks varian/kovarian atau matriks korelasi untuk keseluruhan estimasi program yang digunakan dalam input data adalah SPSS dan program yang digunakan untuk pengolahan data adalah AMOS dengan maximum likelihood estimation.

4. Langkah 5: menilai identifikasi model structural

Problem identifikasi model adalah ketidakmampuan model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Cara mengamati gejala-gejala problem identifikasi antara lain standart error yang besar untuk salah satu atau lebih koefisien, nilai estimasi yang tidak mungkin (misalnya, varian error yang negatif), nilai korelasi yang sangat tinggi ( $>0,90$ ) antar koefisien estimasi. Untuk mengatasi problem identifikasi adalah menetapkan lebih banyak konstrain dalam model (menghilangkan model dalam estimasi) sampai masalah yang ada akan hilang.

5. Langkah 6: menilai kriteria goodness of fit

Menilai kalayakan model adalah menilai apakah data yang diolah memenuhi asumsi model struktural, melihat ada tidaknya offending estimate dan menilai overall model fit dalam berbagai kriteria yang ada.

6. Langkah 7: interpretasi dan modifikasi model

Bila estimasi yang dihasilkan memiliki residual yang besar, dapat dilakukan modifikasi terhadap model yang dikembangkan. Namun modifikasi dapat dilakukan bila terdapat justifikasi teori yang cukup kuat, sebab SEM bukan ditunjukan untuk menghasilkan teori tetapi untuk menguji model yang mempunyai pijakan teori yang baik dan benar. Untuk memberikan interpretasi apakah model berbasis teori yang diuji dapat diterima langsung apa perlu dimodifikasi, perhatian diarahkan pada kekuatan prediksi dari model, yaitu mengamati besarnya residual yang dihasilkan.