

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian, yang membantu penelitian dalam pengumpulan dan menganalisis data (Sekaran, 2006, hlm. 30). Jenis penelitian yang digunakan dalam permasalahan ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dan verifikatif. Penelitian kuantitatif adalah pengukuran data secara statistik objektif melalui perhitungan ilmiah dari sampel atau populasi yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka (Ahmad, 2018, hlm. 6). Pendekatan kuantitatif deskriptif adalah suatu cara untuk memberikan gambaran untuk memberikan gambaran terhadap keadaan yang sebenarnya, juga untuk menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan status subjek dari penelitian (Jalinus & Risfendra, 2020, hlm. 39). Dalam hal penelitian verifikatif, hal ini dipergunakan sebagai alat penilaian keakuratan data dari hasil penelitian di lapangan (Sugiyono, 2013, hlm. 6). Analisis verifikatif ini dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS *Version 25*.

Pada penelitian terhadap konsumen Kopi Salarea Bandung, subjek penelitiannya adalah para konsumen dan objek penelitiannya adalah *store location*, *service quality*, serta keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara mendalam mengenai pengaruh *store location* dan *service quality* terhadap keputusan pembelian di Kopi Salarea Bandung.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menyelidiki proses distribusi data berdasarkan ukuran gejala utama variabel independen dan dependen, termasuk (X_1) *store location*, (X_2) *service quality*, dan (Y) keputusan pembelian. Hasil kuesioner dievaluasi secara statistik kuantitatif dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Pendekatan verifikatif digunakan untuk memvalidasi pengaruh dari *store location* dan *service quality* Kopi Salarea Bandung terhadap keputusan pembelian. Hipotesis sebelumnya diuji dengan membandingkannya dengan data lapangan. Penelitian ini menggunakan teknik studi *cross-sectional*, di mana dinamika korelasi diselidiki dengan mengumpulkan data selama satu periode

waktu, khususnya dari tanggal 26 Mei 2023 sampai dengan penyelesaian skripsi ini.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian ialah cara-cara sistematis untuk mengumpulkan data yang akurat, terpercaya, dan objektif dengan tujuan untuk membuktikan, menjelaskan, dan mengembangkan ilmu pengetahuan dalam pemecahan masalah (Sugiyono, 2013, hlm. 2). Sedangkan, pendekatan penelitian harus berisi pemahaman menyeluruh tentang proses penelitian. Prosedur penelitian harus dibuat dengan tanggung jawab ilmiah, dan fakta yang dicari harus sesuai dengan standar penelitian yang dianggap benar (Nurhadi *et al.*, 2021, hlm. 5).

3.2.1 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

Populasi adalah kategori yang luas yang meliputi barang atau orang yang mempunyai kuantitas dan kualitas kemudian dianalisis peneliti dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi tidak hanya terdiri dari orang atau manusia, namun juga objek dan benda-benda alam lainnya, serta meliputi seluruh atribut yang dipunyai oleh objek atau subjek pada penelitian tersebut, sehingga tidak hanya sekedar jumlah pada objek atau subjek yang diteliti. Adapun populasi dari penelitian ini terdiri dari pelanggan Kopi Salarea yang sudah pernah bertransaksi di toko tersebut.

Tabel 3. 1 Data Pengunjung Kopi Salarea Bandung Tahun 2022

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	Januari	2.110
2.	Februari	1.531
3.	Maret	1.604
4.	April	752
5.	Mei	805
6.	Juni	989
7.	Juli	1.068
8.	Agustus	1.230
9.	September	1.458

Nabila Fadia Nugraha, 2023

Pengaruh Store Location dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Salarea Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
10.	Oktober	1.653
11.	November	1.827
12.	Desember	1.078
Jumlah		16.105

Sumber : Owner Kopi Salarea Bandung 18 Februari 2023

Berdasarkan Tabel 3.1 di atas, populasi dalam penelitian ini ditetapkan dengan melihat data kunjungan dari tahun sebelumnya (Januari hingga Desember), yaitu 16.105 pengunjung. Silalahi (2012, hlm. 253) mendefinisikan populasi sasaran sebagai individu, rumah tangga, atau kelompok yang berada di dalam yurisdiksi yang relevan. *Target audience* dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang pernah datang dan membeli produk dari Kopi Salarea.

Sampel dapat digunakan sebagai representasi dari populasi dalam sebuah penelitian apabila populasi dalam penelitian tersebut sangat besar dan peneliti tidak bisa menyelidiki seluruh populasi. Dengan menggunakan sampel yang besar dan representatif, peneliti dapat mengembangkan kesimpulan yang dapat diperluas ke seluruh populasi.

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek yang akan diteliti atau dievaluasi yang memiliki karakteristik tertentu dari sebuah populasi (Retnawati, 2017, hlm. 2). Tujuan penggunaan sampel adalah sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan dan mendapatkan data yang cukup untuk dievaluasi tanpa harus mengumpulkan data dari setiap anggota populasi, yang sering kali tidak praktis, memakan waktu, dan mahal.

Berdasar pada pemaparan sebelumnya, sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan memakai rumus *Slovin* dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10%, berikut merupakan rumus *Slovin*.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan : n : sampel
 N : Jumlah Populasi
 e : Batas toleransi kesalahan (10%)

Nabila Fadia Nugraha, 2023

Pengaruh Store Location dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Salarea Bandung
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Jumlah sampel dari rumus *Slovin* adalah sebagai berikut:

$$= \frac{16.105}{1 + 16.105 (0,10)} = 99.38 \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan metode *Slovin*, jumlah data populasi sebanyak 16.105, dan *nilai sig/error* sebesar 10%, yang dalam bentuk *decimal* menghasilkan 0,1, maka penelitian ini membutuhkan 100 responden sebagai sampel.

Aspek terpenting dari penelitian yaitu pengambilan sampel. Ada dua jenis metode pengambilan sampel, yaitu teknik pengambilan sampel probabilitas dan teknik pengambilan sampel non-probabilitas. Teknik pengambilan sampel probabilitas adalah pendekatan pengambilan sampel matematis berdasarkan teori probabilitas di mana setiap unit memiliki peluang yang sama, sedangkan teknik pengambilan sampel non-probabilitas adalah teknik pengambilan sampel di mana tidak ada prinsip-prinsip sistematis yang diikuti (Morissan, 2012, hlm. 115). Peneliti menggunakan *probability sampling* yang dilanjutkan dengan metode *random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi, baik secara individual maupun kolektif, untuk dipilih menjadi anggota sampel (Achmadi & Narbuko, 2007, hlm. 107).

3.2.2 Operasional Variabel

Variabel penelitian ialah kualitas, sifat, atau nilai-nilai yang dapat bervariasi di antara individu, benda, kelompok, atau aktivitas dan yang diperiksa oleh peneliti untuk membuat kesimpulan. Variabel independen dan variabel dependen adalah dua kategori variabel yang digunakan dalam penelitian. Variabel yang memengaruhi perubahan dalam variabel dependen dikenal sebagai variabel independen. Sementara itu, variabel independen memengaruhi variabel dependen disebut juga variabel *output*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *store location* dan *service quality* yang akan memengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Operasional variabel merupakan hal penting untuk mengukur sebuah instrument penelitian dan menghindari kesalahan atau penyimpangan pada saat

melakukan pengumpulan data. Berikut ini merupakan operasional variabel bebas *store location* (X_1) dan *service quality* (X_2) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoretis	Dimensi	Indikator	Item/Ukuran	Skala	No. Item
Variabel Independen Store location (X_1)	Lokasi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen (Tjiptono, 2015)	1. <i>Place</i>	Suatu tempat yang memiliki posisi yang strategis dan dekat dengan keramaian.	<ul style="list-style-type: none"> Kopi Salarea berlokasi di tempat strategis Kopi Salarea berposisi di area yang dekat dengan keramaian 	Ordinal	1-2
		2. <i>Parking</i>	Mempunyai lahan parkir sendiri dan luas	<ul style="list-style-type: none"> Kopi Salarea memiliki kemudahan dalam akses parkir motor Kopi Salarea memiliki kemudahan dalam akses parkir mobil Kopi Salarea mempunyai lahan parkir 	Ordinal	3-5

Variabel	Konsep Teoretis	Dimensi	Indikator	Item/Ukuran	Skala	No. Item
				sendiri yang luas		
		3. <i>Accessibility</i>	Kemudahan pengunjung ke tempat usaha	<ul style="list-style-type: none"> Kopi Salarea memiliki akses jalan yang mudah dilewati Kopi Salarea dapat dicapai dengan sarana transportasi umum/pribadi 	Ordinal	6-7
		4. <i>Visibility</i>	Lokasi outlet yang mudah dilihat dan diketahui	<ul style="list-style-type: none"> Bangunan Kopi Salarea dapat terlihat jelas dari tepi jalan Bangunan Kopi Salarea mudah terlihat karena logo/spanduk 	Ordinal	8-9

Variabel	Konsep Teoretis	Dimensi	Indikator	Item/Ukuran	Skala	No. Item
		5. <i>Infrastructure</i>	Menyangkut keseluruhan bagian Gedung yang mana tempat usaha beroperasi	<ul style="list-style-type: none"> Kopi Salarea memiliki infrastruktur yang memadai 	Ordinal	10
Variabel Independen <i>Service quality</i> (X ₂)	<i>Service quality</i> adalah pengalaman abadi yang dirasakan oleh pelanggan melalui lima dimensi yang mencakup <i>Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and tangible.</i> (Fitzsimmons, 2014)	1. <i>Assurance</i>	Terkait jaminan kredibilitas, pengetahuan, wawasan, dan perilaku serta komunikasi yang baik dari pegawai	<ul style="list-style-type: none"> Pelayan yang berpengalaman dan kompeten dalam melayani pelanggan Komunikasi yang lancar dan dapat dimengerti oleh pelanggan 	Ordinal	11-12
		2. <i>Tangibility</i>	Berwujud dan dapat dirasakan keberadaannya meliputi destinasi atau tempat yang menarik secara estetika,	<ul style="list-style-type: none"> Kopi Salarea secara visual menarik dan estetika. Kebersihan tempat Kopi Salarea secara keseluruhan Karyawan Kopi Salarea berpenampilan rapi dan 	Ordinal	13-15

Variabel	Konsep Teoretis	Dimensi	Indikator	Item/Ukuran	Skala	No. Item
			peralatan makan dan tempat makan yang bersih, fasilitas yang menarik, keaamanan dan keselamatan pribadi, serta penampilan dari pegawai.	bersih		
		3. <i>Responsiveness</i>	Daya tanggap meliputi informasi tentang menu, <i>staff</i> yang tanggap dalam merespon permintaan pelanggan, pelayanan yang ramah terhadap pelanggan, dan mampu	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayan Kopi Salarea cepat tanggap dalam melayani keluhan pelanggan • Pelayan Kopi Salarea siap memberikan pelayanan pada saat dibutuhkan pelanggan 	Ordinal	16-17

Variabel	Konsep Teoretis	Dimensi	Indikator	Item/Ukuran	Skala	No. Item
			dengan cepat mengatasi masalah yang terjadi.			
		4. <i>Reliability</i>	Keandalan dari kinerja pegawai diantaranya bersikeras untuk meminimalisir kesalahan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayan Kopi Salarea dapat diandalkan dalam melayani tanpa kesalahan • Melakukan pelayanan tepat waktu sesuai yang dijanjikan 	Ordinal	18-19

Variabel	Konsep Teoretis	Dimensi	Indikator	Item/Ukuran	Skala	No. Item
		5. <i>Empathy</i>	perhatian dan kepedulian secara pribadi yang diberikan kepada konsumen melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu special atau diutamakan dan kebutuhan para pelanggan dapat dipahami oleh perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayan Kopi Salarea peduli dengan keinginan pelanggan • Pelayan Kopi Salarea mengucapkan salam pembuka (selamat pagi/siang/malam)pada awal pelayanan • Pelayan Kopi Salarea mengucapkan terima kasih ketika di akhir pelayanan 	Ordinal	20-22

Variabel	Konsep Teoretis	Dimensi	Indikator	Item/Ukuran	Skala	No. Item
Variabel <i>Dependent</i> Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan brand (Kotler & Armstrong, 2017)	1. Pemilihan Produk/Jasa	Alasan mengapa konsumen memilih produk/jasa untuk memenuhi kebutuhan	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan pembelian di Kopi Salarea karena menariknya produk yang ditawarkan Melakukan pembelian di Kopi Salarea berdasarkan kualitas produk 	Ordinal	23-24

Variabel	Konsep Teoretis	Dimensi	Indikator	Item/Ukuran	Skala	No. Item
		2. Pemilihan merek	Bagaimana suatu merek memosisikan dirinya di dalam bentuk konsumen yang meliputi citra (<i>image</i>) merek yang unik dari sebuah produk/jasa.	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan pembelian karena adanya pengaruh kepopuleran nama Kopi Salarea di masyarakat Melakukan pembelian berdasarkan citra Kopi Salarea yang baik dibandingkan <i>coffee shop</i> lainnya 	Ordinal	25-26
		3. Pemilihan waktu	Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda	<ul style="list-style-type: none"> Jam operasional Kopi Salarea telah memenuhi waktu yang ditentukan 	Ordinal	27

Variabel	Konsep Teoretis	Dimensi	Indikator	Item/Ukuran	Skala	No. Item
		4. Pilihan metode/cara pembayaran	Konsumen harus mengambil pilihan tentang metode/cara pembayaran produk yang dibeli	<ul style="list-style-type: none"> Kemudahan metode pembayaran (<i>Cash, Debit, Qris</i> dll.) 	Ordinal	28

Sumber : olahan peneliti, 2023

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Peneliti menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber-sumber yang relevan dengan penelitian. Data ini diperoleh melalui wawancara dengan *owner* Kopi Salarea, observasi lapangan terhadap pelanggan Kopi Salarea, dan pengambilan langsung oleh peneliti, sedangkan sumber data sekunder meliputi jurnal, buku, artikel, serta keterangan-keterangan lain yang mendukung terkait penelitian ini.

3.2.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Sugiyono (2013, hlm. 148) adalah teknik untuk mengukur peristiwa alam dan sosial yang dapat diamati. Instrumen digunakan untuk mengumpulkan data, dan kelayakannya harus dievaluasi untuk memastikan keakuratan data yang diperoleh. Metode Uji Validitas dan Reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi instrumen dalam penelitian ini.

Nabila Fadia Nugraha, 2023

Pengaruh Store Location dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Salarea Bandung
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi tahapan penting dalam penelitian ini. Beberapa teknik pengumpulan data yang diterapkan pada penelitian ini adalah:

- Angket/kuesioner: merupakan kegiatan observasi yang dilakukan peneliti dengan cara mendesain pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada responden yang selanjutnya menjadi data-data penelitian.
- Studi literatur: digunakan untuk mendukung dari penelitian dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan materi yang akan digunakan, jurnal, artikel, atau informasi terkait dengan masalah penelitian.

Data dikumpulkan dengan cara memberi penilaian terhadap angket kuesioner yang telah di desain dan akan diberikan kepada responden yaitu konsumen di Kopi Salarea dengan menggunakan media *google form* dengan pengisian secara 60% *offline* dan 40% *online*. Pemberian skor dalam kuesioner pada penelitian ini menggunakan *skala likert*, yaitu skala dengan cara merumuskan sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian dan responden memilih apakah sangat setuju, setuju, ragu-ragu/netral, tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Sehingga setiap pilihan jawaban memiliki bobot yang berbeda sehingga menghasilkan skor tunggal terhadap topik permasalahan tertentu (Morissan, 2012, hlm. 88).

Berikut penilaian pernyataan menggunakan *skala likert*

Tabel 3. 3 Skala Likert

Jawaban	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Nilai	1	2	3	4	5

Sumber : (Morissan, 2012)

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

Tujuan dari pengujian validitas adalah mengukur seberapa baik alat ukur yang digunakan dalam pengumpulan data dapat secara akurat mencerminkan fenomena yang sedang diteliti. Menurut Sugiyono (2013, hlm. 121) validitas mengacu pada tingkat keakuratan atau ketetapan antara data yang terkumpul pada topik penelitian terhadap hasil data sesungguhnya yang terjadi pada objek penelitian. Artinya, validitas menilai sejauh mana instrumen penelitian

Nabila Fadia Nugraha, 2023

Pengaruh Store Location dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Salarea Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menggambarkan dan mewakili secara tepat kondisi atau situasi yang terjadi pada objek penelitian.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk memastikan keabsahan dari setiap pertanyaan yang terdapat dalam variabel *store location*, *service quality*, dan keputusan pembelian. Proses ini dilakukan dengan cara menguji setiap item instrumen dan hubungannya dengan skor total yang diberikan oleh responden. Untuk mengukur validitas isi, pendekatan korelasi *product moment pearson* digunakan sebagai satu diantara teknik dalam analisis. Dengan menggunakan rumus ini, peneliti dapat mengidentifikasi tingkat relevansi dan validitas setiap pertanyaan dalam instrumen penelitian terhadap variabel yang akan diukur. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel dan dapat memberikan data yang akurat dan valid terkait *store location*, *service quality*, dan keputusan pembelian yang diteliti:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi
- n = Banyak responden
- X = Skor total pernyataan responden variabel X
- Y = Skor total pernyataan variabel Y
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam variabel X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam variabel Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing variabel X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing variabel Y

Analisis validitas data akan dievaluasi menggunakan aplikasi SPSS 25 *for Windows*. Sebanyak 30 konsumen Kopi Salarea sebagai uji coba dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah pertanyaan yang akan diajukan kepada responden memiliki tingkat validitas yang memadai. Dalam uji validitas ini akan digunakan kriteria berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan demikian pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid

2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan demikian pertanyaan tersebut dapat dinyatakan tidak valid

Peneliti menggunakan 30 pelanggan Kopi Salarea sebagai subjek uji coba. Rumus $(df) n-2$ digunakan untuk mendapatkan nilai r_{tabel} , di mana n menunjukkan jumlah responden yang diuji. Rumus ini menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361 untuk $(df) 30-2 = 28$ dengan $\alpha = 0,05$.

a. Variabel *Store location* (X_1)

Hasil perhitungan yang dilakukan oleh peneliti untuk variabel *store location* ditunjukkan di bawah ini, dengan perbandingan yang dilakukan antara r_{hitung} dan r_{tabel} .

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas *Store location*

No.	Pernyataan (<i>Store location</i>)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Place (X_{1.1})</i>				
1.	Kopi Salarea berlokasi di tempat yang strategis	0.832	0,361	VALID
2.	Kopi Salarea berposisi di area yang dekat dengan keramaian/padat penduduk	0.854	0,361	VALID
<i>Parking (X_{1.2})</i>				
3.	Kopi Salarea memiliki kemudahan dalam akses parkir motor	0,807	0,361	VALID
4.	Kopi Salarea memiliki kemudahan dalam akses parkir mobil	0,855	0,361	VALID
5.	Kopi Salarea mempunyai lahan parkir sendiri yang luas	0,871	0,361	VALID
<i>Accesibility (X_{1.3})</i>				
6.	Kopi Salarea memiliki akses jalan yang mudah dilewati	0,856	0,361	VALID
7.	Kopi Salarea dapat dicapai dengan sarana transportasi umum/pribadi	0,809	0,361	VALID
<i>Visibility (X_{1.4})</i>				
8.	Bangunan Kopi Salarea dapat terlihat jelas dari tepi jalan	0,895	0,361	VALID
9.	Bangunan Kopi Salarea mudah terlihat karena logo/spanduk	0,877	0,361	VALID

No.	Pernyataan (<i>Store location</i>)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Infrastructure (X1.5)				
10.	Kopi Salarea memiliki infrastruktur yang memadai	0,935	0,361	VALID

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2023.

Berdasarkan Tabel 3.4 semua indikator pertanyaan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0,361. Karenanya semua pertanyaan pada variabel *store location* (X_1) adalah valid, maka hasil temuan menunjukkan bahwa semua pertanyaan *store location* (X_1) dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

b. Variabel *Service quality* (X_2)

Berikut merupakan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan peneliti untuk variabel *service quality* yaitu dengan melakukan perbandingan antara r_{hitung} dan r_{tabel} yang disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas *Service quality*

No.	Pernyataan (<i>Service quality</i>)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Assurance (X2.1)				
11.	Pelayan Kopi Salarea memiliki pengalaman dan kompeten dalam melayani pelanggan	0,900	0,361	VALID
12.	Pelayan Kopi Salarea dapat berkomunikasi dengan lancar dan dapat dimengerti oleh pelanggan	0,891	0,361	VALID
Tangibility (X2.2)				
13.	Kopi Salarea secara visual menarik dan estetika	0,816	0,361	VALID
14.	Secara keseluruhan Kopi Salarea memiliki kebersihan yang baik	0,891	0,361	VALID
15.	Pelayan Kopi Salarea berpenampilan rapi dan bersih	0,947	0,361	VALID
Responsiveness (X2.3)				
16.	Pelayan Kopi Salarea cepat tanggap dalam melayani keluhan pelanggan	0,942	0,361	VALID
17.	Pelayan Kopi Salarea siap	0,848	0,361	VALID

Nabila Fadia Nugraha, 2023

Pengaruh Store Location dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Salarea Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Pernyataan (<i>Service quality</i>)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	memberikan pelayanan pada saat dibutuhkan pelanggan			
Reliability (X_{2.4})				
18.	Pelayan Kopi Salarea dapat diandalkan dalam melayani pelanggan tanpa melakukan kesalahan ketika memberikan pelayanan	0,922	0,361	VALID
19.	Melakukan pelayanan secara tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan oleh pelayan Kopi Salarea kepada pelanggan	0,927	0,361	VALID
Empathy (X_{2.5})				
20.	Pelayan Kopi Salarea peduli dengan keinginan pelanggan	0,844	0,361	VALID
21.	Pelayan Kopi Salarea mengucapkan salam pembuka (selamat pagi/siang/malam) pada awal pelayanan	0,846	0,361	VALID
22.	Pelayan Kopi Salarea mengucapkan terima kasih ketika di akhir pelayanan	0,821	0,361	VALID

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2023.

Berdasarkan Tabel 3.5 semua indikator pertanyaan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari nilai r_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan *service quality* (X₂) telah terverifikasi dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

c. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Berikut merupakan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan peneliti untuk variabel keputusan pembelian yaitu dengan melakukan perbandingan antara r_{hitung} dan r_{tabel} yang disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

No.	Pertanyaan (Keputusan Pembelian)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pemilihan Produk/Jasa (Y.1)				
23.	Melakukan pembelian di Kopi Salarea karena	0,849	0,361	VALID

Nabila Fadia Nugraha, 2023

Pengaruh Store Location dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Salarea Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Pertanyaan (Keputusan Pembelian)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	menariknya produk yang ditawarkan			
24.	Melakukan pembelian di Kopi Salarea berdasarkan kualitas produk	0,856	0,361	VALID
Pemilihan Merek (Y.2)				
25.	Melakukan pembelian karena adanya pengaruh kepopuleran nama Kopi Salarea di masyarakat	0,872	0,361	VALID
26.	Melakukan pembelian berdasarkan citra Kopi Salarea yang baik dibandingkan <i>coffee shop</i> lainnya	0,860	0,361	VALID
Pemilihan Waktu (Y.3)				
27.	Jam operasional di Kopi Salarea telah memenuhi waktu yang ditentukan dan sesuai kebutuhan pelanggan	0,861	0,361	VALID
Pilihan Metode/Cara Pembayaran (Y.4)				
28.	Transaksi pembelian di Kopi Salarea mudah karena berbagai metode pembayaran tersedia (Cash, Debit, Qris dll.)	0,834	0,361	VALID

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2023.

Tabel 3.6 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} untuk semua indikator pertanyaan melebihi nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Berdasarkan temuan ini, maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan mengenai keputusan pembelian (Y) dapat diandalkan sebagai alat ukur dalam penelitian ini karena semuanya valid.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah teknik untuk menentukan konsistensi pengukuran dan tidak adanya kesalahan pengukuran (Darma, 2021, hlm. 17). Teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah membandingkan nilai *cronbach alpha*

Nabila Fadia Nugraha, 2023

Pengaruh Store Location dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Salarea Bandung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan. Adapun tingkat atau angka *cronbach alpha* yang digunakan adalah 0,5. Apabila nilai *cronbach alpha* suatu variabel lebih dari 0,5 maka instrumen penelitian dianggap *reliable*. Instrumen penelitian dianggap tidak reliabel jika nilai *cronbach alpha* kurang dari 0,5.

Percobaan kuesioner dilaksanakan terhadap 30 responden, yakni konsumen Kopi Salarea. Pengujian reliabilitas kuesioner bertujuan agar dapat diketahui apakah pertanyaan pertanyaan dalam kuesioner terhadap responden reliabel atau tidak. Adapun hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3.7 berikut ini:

Tabel 3. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	<i>Alpha Ronbach</i>	<i>Alpha Ronbach yang diisyaratkan</i>	Hasil Uji
1	<i>Store location (X₁)</i>	0,959	>0.50	<i>RELIABLE</i>
2	<i>Service quality (X₂)</i>	0,974	>0.50	<i>RELIABLE</i>
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,926	>0.50	<i>RELIABLE</i>

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2023.

Berdasarkan Tabel 3.7, semua nilai *cronbach alpha* untuk setiap variabel lebih dari nilai yang telah ditetapkan yaitu > 0,50. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap pertanyaan dari masing-masing variabel adalah *reliable*, yang mengimplikasikan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat digunakan sebagai alat ukur untuk menjamin setiap variabel memberikan hasil yang konsisten.

3.2.7 Analisis Data

A. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui kondisi variabel yang dievaluasi Berdasarkan Sugiyono (2013, hlm. 147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk meneliti atau menggambarkan data yang telah diperoleh secara keseluruhan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau membuat generalisasi yang luas. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari operasional variabel yang dihasilkan oleh kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan. Setiap item dalam

kuesioner terdiri dari lima jawaban dengan nilai yang bervariasi pada setiap variabel *store location* (X_1), *service quality* (X_2), dan keputusan pembelian (Y).

Untuk tujuan menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, frekuensi jawaban dari setiap kategori jawaban (pilihan jawaban) dihitung dan kemudian dijumlahkan. Peneliti menarik garis kontinum dengan menggunakan mekanisme di bawah ini setelah semua indikator menghasilkan data:

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Keterangan:

P = Panjang Kelas Interval

Rentang = Data terbesar-Data terkecil

Banyak kelas = 5

Perbandingan skor aktual dan ideal dimaksudkan untuk digunakan sebagai metode untuk memberikan peringkat pada setiap variabel penelitian. Jawaban dari para responden akan digabungkan berdasarkan rata-rata skor jawaban, yang kemudian akan dikategorikan ke dalam rentang skor yang ditunjukkan di bawah ini:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

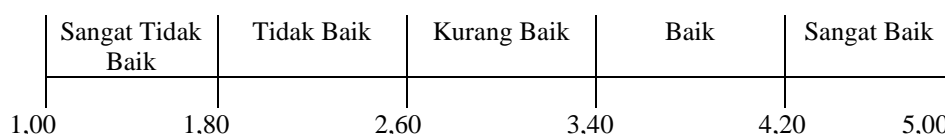
Lebar skala = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Berikut ini adalah Tabel 3.8 kategori skala setelah menentukan lebar skala menggunakan rumus:

Tabel 3. 8 Kategori Skala

Skala	Kategori
1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
1,81-2,60	Tidak Baik
2,61-3,40	Kurang Baik
3,41-4,20	Baik
4,21-5,00	Sangat Baik

Garis kontinum berikut ini dapat digunakan sebagai alat bantu kategorisasi.



Gambar 3. 1 Garis Kontinum

Untuk menentukan nilai garis kontinum yang akan digunakan, harus dilakukan perhitungan dengan rumus di bawah ini:

- a. Jenjang interval = jenjang : banyaknya interval
- b. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
- c. Nilai indeks maksimum = nilai skor tertinggi x jumlah item x total
- d. Nilai indeks minimum = nilai skor terendah x jumlah item x total responden

Tujuan dari analisis deskriptif ini adalah untuk mengetahui deskripsi variabel. Sedangkan deskripsi dari analisis data deskriptif ini menjelaskan *store location* Kopi Salarea Bandung dengan memiliki 5 dimensi yang terdiri dari *place, parking, accesbility, visibility, dan infrastructure*. Kemudian ada poin-poin mengenai *service quality* yang diberikan oleh Kopi Salarea, yang terdiri dari 5 dimensi, antara lain *assurance, tangibility, responsiveness, reliability, dan empathy*. Selain itu, pelajari juga empat aspek keputusan pembelian di Kopi Salarea dengan 4 dimensi pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan waktu, dan pilihan metode pembayaran.

B. Analisis Verifikatif

Metode analisis data verifikatif dapat digunakan untuk memeriksa, mengorganisir dan mengukur data. Metode pendekatan verifikasi digunakan sebagai pengujian hipotesis dan memberikan solusi terhadap semua permasalahan pada penelitian ini. Tujuannya adalah memberi informasi mengenai pengolahan data dan menguji hipotesis. Metode verifikatif digunakan untuk mengestimasi nilai pengaruh dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pendekatan analisis verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda adalah metode untuk mengetahui keberadaan faktor independen atau variabel bebas terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Berdasarkan hubungan dari variabel *store location* (X_1), *service quality* (X_2), dan keputusan pembelian (Y). Berikut ini adalah model regresi linier berganda yang digunakan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Yakni :

Y = Variabel Terikat (keputusan pembelian)

X_1 = Variabel Bebas (*store location*)

X_2 = Variabel Bebas (*service quality*)

a = Nilai Konstanta

b_1 = Koefisien regresi antara *store location* dengan keputusan pembelian

b_2 = Koefisien regresi antara *service quality* dengan keputusan pembelian

Pendekatan analisis regresi linier berganda ini menggunakan sejumlah teknik atau rumus kerja. Di antaranya adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah sebuah distribusi data mengikuti atau mendekati distribusi normal (distribusi data dengan bentuk lonceng) atau tidak (Situmorang, 2014, hlm. 114). Jika nilai signifikansi pada uji normalitas lebih dari 0,05, maka data berdistribusi normal; jika tidak, maka data tidak berdistribusi normal. Analisis parametrik, termasuk model korelasi, dapat digunakan jika data berdistribusi normal. Uji normalitas penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan tingkat signifikansi 0,05 dengan aplikasi SPSS 25 for Windows.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dalam regresi untuk memastikan bahwa tidak ada kemiripan varians dari residual antara satu observasi dengan observasi lainnya.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel independen. Hanya jika ada dua variabel independen yang sangat terkait, maka persamaan regresi dapat diwakili secara memadai oleh satu variabel (Yudiatmaja, 2013 hlm. 78). Variabel dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas jika korelasi antar variabel kurang dari 0,9, atau jika nilai *variance inflation factor*

(VIF) kurang dari 10,00, dan sebaliknya. Jika nilai VIF lebih dari 10,00 maka model regresi terdapat multikolinearitas.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah teknik pengukuran yang digunakan untuk menentukan seberapa baik model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Nugraha, 2022, hlm. 32). Nilai koefisien determinasi adalah 0 atau 1. Nilai R^2 yang kecil mengindikasikan kemampuan setiap variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas, sedangkan apabila nilainya mendekati satu maka setiap variabel independen dapat menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan sebagai prediktor variabel dependen (Ghozali, 2013, hlm. 97).

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan oleh peneliti untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dan untuk memastikan keandalan pengujian. Yang dirancang secara simultan dan parsial.

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila nilai *p-value* (sig) lebih kecil dari ambang batas signifikansi (α), maka menandakan bahwa masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara sendiri-sendiri. Nilai signifikansi (α) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%, yang mengandung arti bahwa jika nilai *p-value* (sig) lebih kecil dari 5%, maka variabel independen dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013, hlm 97).

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh dari *store location* yang terdiri dari *place*, *parking*, *accessibility*, *visibility*, *infrastructure*, maupun *service quality* yang terdiri *assurance*,

tangibility, responsiveness, reliability, empathy terhadap keputusan pembelian. Begitupun sebaliknya, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh dari *store location* yang terdiri dari *place, parking, accesibility, visibility, infrastructure*, maupun *service quality* yang terdiri *assurance, tangibility, responsiveness, reliability, empathy* terhadap keputusan pembelian.

b. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, yang diuji pada tingkat signifikansi = 0,05 yang berarti probabilitas kebenaran kesimpulan sebesar 95% atau toleransi kelonggaran 5%. Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen jika nilai probabilitas t lebih kecil dari 0,05 (Ghozali, 2018, hlm. 152). Uji t digunakan dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh satu variabel independen yaitu *store location* (X_1) dan *service quality* (X_2) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Hasil t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} , dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh antara *store location* terhadap keputusan pembelian. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh antara *store location* terhadap keputusan pembelian
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh antara *service quality* terhadap keputusan pembelian. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh antara *service quality* terhadap keputusan pembelian.