

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Supriati (2012:38) pada (Maret et al., 2023), objek penelitian merupakan variabel yang menjadi fokus kajian peneliti pada lokasi tempat penelitian dilaksanakan. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen wanita atau calon konsumen yang pernah atau sedang melakukan pembelian produk pada brand BodyTalk yang sedang berada di Matahari Department Store, Solo Square, Surakarta.

3.2 Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan *store atmosphere*, terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung pada brand BodyTalk. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert.

3.2.1 Sumber Data

1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data berbentuk angka yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Dalam penelitian ini, data kuantitatif diperoleh melalui kuesioner tertutup yang disebarkan kepada konsumen BodyTalk di Matahari Solo Square.

Data ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel penelitian, yaitu kualitas pelayanan (X1), *store atmosphere* (X2), variasi produk (X3), dan minat berkunjung (Y). Kualitas pelayanan meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*; *store atmosphere* mencakup interior, layout & desain, display & dekorasi, serta isyarat sosial; variasi produk meliputi model, warna, ukuran, dan jenis produk; sedangkan minat berkunjung menunjukkan tingkat keinginan konsumen untuk datang atau kembali ke toko. Seluruh data kuantitatif ini dianalisis secara statistik menggunakan **analisis** regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh simultan maupun parsial masing-masing variabel independen terhadap minat berkunjung konsumen. Data Kualitatif (Pendukung).

2. Data kualitatif

Data kualitatif merupakan data deskriptif yang digunakan sebagai informasi pendukung dalam penelitian. Dalam penelitian ini, data kualitatif diperoleh melalui observasi langsung terhadap kondisi toko BodyTalk di Matahari Solo Square. Observasi dilakukan untuk melihat dan mendeskripsikan suasana toko (*store atmosphere*), penataan interior, layout & desain, display & dekorasi, serta interaksi sosial antara staf dan konsumen. Selain itu, observasi juga mencakup variasi produk yang tersedia, termasuk model, warna, ukuran, dan jenis produk yang ditawarkan, serta aspek kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf toko. Data kualitatif ini tidak dianalisis secara statistik, tetapi digunakan untuk memperkuat dan memberikan konteks terhadap hasil analisis data kuantitatif, sehingga peneliti dapat memahami kondisi nyata di lapangan yang memengaruhi minat berkunjung konsumen.

3.2.2 Jenis Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, yaitu konsumen BodyTalk. Data ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online pada responden wanita yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti pernah atau sedang melakukan pembelian atau hanya sekedar berkunjung di konter BodyTalk dengan skala Likert (1-5) mengenai kualitas pelayanan, *store atmosphere*, variasi produk, dan minat berkunjung. Serta dengan observasi langsung secara berkala di BodyTalk Matahari Solo Square.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber tidak langsung atau telah tersedia sebelumnya, seperti Buku-buku teks yang relevan, laporan penjualan harian dan bulanan Jurnal ilmiah dan artikel online yang membahas topik kualitas pelayanan, Website, Dokumentasi dan informasi dari brand BodyTalk jika tersedia.

3.3 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2021) pada (Tinggi et al., n.d.) menyatakan bahwa populasi mencakup seluruh objek, subjek, atau kejadian yang mempunyai karakteristik tertentu yang menjadi target dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh

pengunjung atau konsumen BodyTalk di Matahari Solo Square khususnya Wanita yang pernah atau sedang melakukan pembelian produk untuk pertama kali atau Kembali untuk membeli produk tersebut selama periode penelitian berlangsung yang meliputi 7 daerah atau pengunjung dari luar daerah yang kebetulan berkunjung di Matahari Solo Square.

Proses pengambilan sampel untuk penelitian ini diambil sebagian dari populasi yang benar-benar diteliti dan dapat dijadikan responden dalam penelitian. Arikunto (2019) pada (Tinggi et al., n.d.) menjelaskan bahwa sampel adalah sejumlah elemen yang diambil dari populasi melalui prosedur tertentu sebagai sumber data utama, yang hasilnya digunakan untuk mewakili populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, teknik penentuan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang kebetulan ditemui dan memenuhi kriteria penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah wanita yang pernah atau sedang melakukan pembelian produk di BodyTalk Matahari Solo Square. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh responden yang sesuai dengan karakteristik populasi secara efisien selama periode penelitian.

Proses pengambilan sampel untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan proses Accidental Sampling Menurut Sugiyono (2016) pada (Satisfaction & Loyalty, 2022), accidental sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa pun yang secara tidak sengaja ditemui peneliti dapat dijadikan sampel apabila dianggap sesuai sebagai sumber data.

Accidental Sampling adalah karena peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah keseluruhan populasi harian dan ingin memperoleh data langsung dari konsumen

yang relevan dalam waktu terbatas. Adapun kriteria sampel dalam peneliitian ini yaitu:

1. Wanita Berusia minimal 14 tahun
2. Konsumen yang pernah/baru pertama kali membeli produk BodyTalk di Matahari Solo Square
3. Pernah menggunakan produk Bodytalkk
4. Mengetahui atau memiliki pengalaman langsung terhadap pelayanan, suasana toko, dan variasi produk BodyTalk.

Dalam menentukan jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator yang diestimasi dalam model penelitian dikali 5 sampai 10 (Ferdinand, 2006). Kali jumlah indikator yang diestimasi, maka dengan total 19

Indikator untuk penelitian ini Jumlah sampel antara:

Sampel Minimum = Jumlah indikator x 5

$$= 19 \times 5$$

$$= 95 \text{ responden}$$

Dengan mengacu pada pendapat tersebut dan berdasarkan permbangan yang dikemukakan, maka jumlah yang dipakai dalam penelitian ini mengambil 95 sampel

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu mengumpulkan data dengan cara membaca berbagai referensi seperti jurnal dan Observasi langsung untuk mendapatkan data penjualan yang akan digunakan dalam penelitian ini dan

membagikan kuesioner secara online kepada responden yaitu konsumen produk BodyTalk Solo square.

Dalam pembuatan kuesioner, memerlukan pengukuran terhadap instrumen. Pengukuran tersebut menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respons kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap objek tertentu. Jawaban dari setiap pertanyaan yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1. **Observasi**

Observasi dilakukan secara langsung BodyTalk Matahari Solo Square untuk melihat secara nyata kondisi pelayanan, penataan toko, kebersihan, dan interaksi dengan konsumen.

2. **Dokumentasi**

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data pendukung dari dokumen, brosur, foto, atau laporan terkait toko dan aktivitas promosi.

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran dari suatu konsep atau variabel ke dalam bentuk yang dapat diukur atau diamati secara konkret dalam konteks penelitian. Dengan kata lain, definisi operasional menjelaskan bagaimana suatu variabel akan diukur, dinilai, atau digunakan dalam studi tertentu. Tujuan dari Definisi Operasional yaitu untuk Memperjelas makna variabel agar tidak terjadi perbedaan penafsiran, Menentukan indikator yang dapat diukur, Membantu pengumpulan data yang valid dan reliabel.

Tabel 3.2 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Teoritis	Indikator	Item Pernyataan

1	Kualitas Pelayanan (X1)	Kemampuan toko dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, mulai dari	1. <i>Tangibles</i> (Penampilan) 2. <i>Reliability</i> (Keandalan) 3. <i>Responsiveness</i>	1. Karyawan BodyTalk tanggap dalam merespon ketika saya butuh bantuan. 2. Karyawan memiliki pengetahuan tentang produk BodyTalk.
				3. Karyawan memahami

		perhatian staf, pengetahuan produk, hingga kesigapan dalam melayani kebutuhan.	4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i> (Tjiptono, 2015)	kebutuhan dan keinginan saya pada produk BodyTalk. 4. Produk BodyTalk yang dijual sesuai dengan informasi dan foto yang saya lihat di online. 5. Fasilitas yang disediakan di konter BodyTalk (seperti tempat, peralatan, dan perlengkapan) terlihat bersih dan rapi.
--	--	---	---	--

2	Store Atmosphere (X2)	<i>Store atmosphere</i> adalah suasana atau kondisi lingkungan di dalam toko yang dirancang sedemikian rupa untuk menciptakan pengalaman	1. External Variables 2. Interior 3. Layout 4. Display 5. Isyarat Toko (Diana R & Windika B, 2020)	1. Produk yang di display di konter BodyTalk sangat menarik. 2. Penataan ruang di dalam konter BodyTalk terasa lega, tidak sempit, dan memudahkan saya bergerak. 3. Dekorasi Interior di konter BodyTalk terlihat serasi dan menarik.
---	-----------------------	---	--	--

		berbelanja yang nyaman, menarik, dan menyenangkan bagi konsumen sehingga dapat mempengaruhi minat berkunjung maupun keputusan pembelian.	4. Logo dan papan nama BodyTalk terlihat sangat jelas saat saya memasuki Matahari Solo Square. 5. Musik / Lagu yang diputar di BodyTalk Matahari Solo Square menciptakan suasana menyenangkan saat berbelanja.
--	--	---	--

3	Variasi Produk	Variasi produk adalah keanekaragaman jenis, model, ukuran, warna, dan fitur dari produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen	1. Jenis Produk 2. Model 3. Size 4. Kualitas Produk 5. Identitas Produk (Tjiptono, 2015) (Pahlevi,	1. Brand BodyTalk selalu menghadirkan pilihan model yang up to date dari waktu ke waktu. 2. Produk/Model yang saya cari selalu tersedia di konter BodyTalk Matahari Solo Square.
				3. Produk yang dijual brand BodyTalk memiliki kualitas yang sangat baik.

		dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan selera yang berbeda-beda.	2019) (Lesmana & Andy, 2022)	4. Brand BodyTalk di Matahari Solo Square memiliki pilihan produk dan size yang lengkap, misalnya (S, M, L, XL, SM, ML). 5. Saya mudah mengenal merek/produk dari brand BodyTalk.
--	--	--	--	--

4	Minat Berkunjung (Y)	Minat berkunjung adalah keinginan atau ketertarikan seseorang untuk datang, melihat, atau melakukan kunjungan ke suatu tempat tertentu, baik untuk membeli, mencari informasi,	1. Tradisional Motivation 2. Refrensial Behavior 3. Prefetian Behavior 4. Eksplorative Intention	1. Saya berniat mengunjungi konter BodyTalk di Matahari Solo Square dalam waktu dekat. 2. Saya ingin merekomendasikan/ mengajak teman, saudara, dan keluarga saya untuk datang ke BodyTalk di Matahari Solo Square. 3. Konter BodyTalk menjadi tujuan / pilihan utama saat saya berkunjung di Matahari Solo Square. <
---	----------------------	--	--	---

		maupun sekadar menikmati suasana.		4. Saya ingin melihat dan mencari tahu apa yang terbaru di konter BodyTalk Matahari Solo Square.
--	--	-----------------------------------	--	--

3.6 Teknik Analisis data

Analisis data digunakan untuk mencari informasi dari sebuah data, analisis data digunakan untuk mencari solusi atas permasalahan yang diteliti. Alat uji dalam penelitian ini yaitu:

3.6.1. Uji Kualitas / Instrumen Data

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata valid yang berarti “sah” atau “benar”. Dalam konteks penelitian, validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur. Tujuannya untuk mengetahui apakah item dalam kuesioner dapat mengukur variabel yang dimaksud. Validitas adalah tingkat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti melalui instrumen penelitian.

Cara mengukur tingkat validitas data yaitu dengan membandingkan antara nilai Corrected Item Total Correlation (r_{hitung}) dengan r_{tabel} , dengan ketentuan apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , maka item pertanyaan dinyatakan valid, begitu juga apabila nilai r_{hitung} lebih kecil dari nilai r_{tabel} maka item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid. r_{tabel} dapat diperoleh dengan melihat table r (koefisien korelasi sederhana). Rumus yang digunakan ialah $df = n - 2$.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi atau keajegan suatu instrumen dalam mengukur variabel yang sama dalam kondisi yang berbeda. Instrumen dikatakan reliabel jika hasil pengukurannya stabil dan konsisten dari waktu ke waktu menurut Arikunto (2013), Reliabilitas adalah keajegan atau kestabilan alat ukur dari waktu ke waktu. Tujuannya untuk mengetahui konsistensi jawaban responden (nilai Cronbach's Alpha > 0,60) Alat ukur yang peneliti gunakan untuk menguji reliabilitas data menggunakan metode Cronbach's Alpha. Perhitungan menggunakan rumus Cronbach's Alpha diterima, apabila perhitungan $r_{hitung} > r_{tabel}$ 5%, Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut layak digunakan dalam penelitian.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Menurut Ghazali (2012:73), uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam model regresi terdistribusi secara normal

atau tidak. Suatu model regresi dikatakan baik apabila residualnya menyebar secara normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan menggunakan Koefisien Varians (Coefficient of Variation / CV), yaitu perbandingan antara simpangan baku (standar deviasi) dengan nilai rata-rata (mean).

Koefisien Varians dirumuskan sebagai berikut:

$$CV = \frac{\text{Standar Deviasi}}{\text{Mean}}$$

Menurut Hasan (2012), koefisien varians digunakan untuk melihat tingkat penyebaran data. Apabila nilai koefisien varians relatif kecil, maka data memiliki penyebaran yang baik dan dapat dikatakan mendekati distribusi normal. Dalam penelitian ini, data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai koefisien varians lebih kecil dari 0,30, sehingga layak digunakan untuk analisis selanjutnya..

2. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi hubungan yang kuat atau korelasi tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Menurut Ghazali (2018), Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi korelasi antar variabel bebas atau variabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi, digunakan pertimbangan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai Tolerance >0,10 dan nilai VIF < dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF > dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas. Dengan

demikian, model regresi dalam penelitian ini dapat dinyatakan layak digunakan untuk analisis selanjutnya apabila memenuhi kriteria tersebut. Multikolinearitas yang tinggi menyebabkan model regresi tidak stabil karena nilai koefisien menjadi tidak akurat dan sulit diinterpretasikan.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2005), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah melalui **uji scatterplot**, yaitu dengan mengamati pola penyebaran antara nilai residual dan nilai prediksi. Apabila titik-titik pada grafik tersebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol serta tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi klasik sehingga hasil estimasi yang diperoleh bersifat tidak bias, efisien, dan konsisten. heteroskedastisitas, maka model regresi dapat digunakan secara optimal dalam pengujian hipotesis dan penarikan kesimpulan penelitian.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan metode scatterplot dilakukan dengan mengamati pola penyebaran titik-titik pada grafik. Apabila titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol serta tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila titik-titik membentuk pola tertentu, maka model regresi dinyatakan mengalami heteroskedastisitas

3.6.3. Uji Hipotesis

1. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Dalam penelitian ini, regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), *Store Atmosphere* (X2), dan Variasi Produk (X3) terhadap Minat Berkunjung (Y) pada konsumen BodyTalk di Matahari Solo Square.

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan, serta untuk mengetahui arah hubungan pengaruh yang terbentuk. Menurut Sugiyono (2017), regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana perubahan variabel terikat apabila dua atau lebih variabel bebas mengalami perubahan nilai. Sementara itu, Ghazali (2018) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan model regresi linier berganda, penelitian ini dapat menjelaskan bahwa perubahan pada kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan variasi produk akan memengaruhi tingkat minat berkunjung konsumen, sehingga model ini sangat relevan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah dirumuskan.

Regresi linier berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk

Untuk menguji pengaruh simultan dan parsial antar variabel. Dapat dengan

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Berkunjung a

= Konstanta b₁

= (Koefisien regresi X₁) b₂

= Koefisien regresi X₂ b₃

= Koefisien regresi X₃

2. Uji Paramenter Individual Atau Persial (t)

Uji t atau uji parsial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dalam model regresi, dengan mengendalikan variabel independen lainnya tetap. Untuk menguji signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas (seperti Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, dan Variasi Produk) memiliki pengaruh signifikan secara individu terhadap Minat Berkunjung (Y). Kreteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

- a. Jika Sig. < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika Sig. > 0,05 atau t hitung < t tabel, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3. Uji F /Uji simulatan

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan (X₁), *Store Atmosphere* (X₂), dan Variasi Produk (X₃) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y). Uji ini menunjukkan apakah

seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mampu menjelaskan perubahan pada variabel dependen secara keseluruhan. Kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut :

- a. Jika Sig. < 0,05 atau F hitung > F tabel, maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika Sig. > 0,05 atau F hitung < F tabel, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar Kualitas Pelayanan (X1), *Store Atmosphere* (X2), dan Variasi Produk (X3) mampu menjelaskan perubahan pada Minat Berkunjung (Y). Kriteria pengujian koefisien Determinasi adalah sebagai berikut:

Nilai R^2 berada antara 0 – 1.

- a. Semakin mendekati **1**, maka semakin > kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.
- b. Semakin mendekati **0**, maka semakin < kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.