

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian dengan cara mengukur indikator-indikator variabel penelitian sehingga diperoleh gambaran di antara variabel-variabel tersebut. Tujuan dari kuantitatif menurut Winamo Surakhmad (1998: 139) adalah: "untuk mengukur dimensi yang harus diteliti".

Penggunaan metode kuantitatif ini diselaraskan dengan variabel penelitian yang memusatkan pada masalah-masalah aktual dan fenomena yang sedang terjadi pada saat sekarang dengan bentuk hasil penelitian berupa angka-angka yang memiliki makna.

Dikemukakan oleh Nana Sudjana (1997: 53) bahwa: "Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa atau kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk-angka yang muncul".

Metode kuantitatif ini adalah untuk menjelaskan suatu situasi yang ingin diteliti dengan dukungan studi kepustakaan sehingga lebih yakin analisa peneliti dalam penelitian. Dimana hasil penelitian diperoleh dari hasil perhitungan indikator-indikator variabel penelitian kemudian dipaparkan secara tertulis.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Obyek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus Bahasa Indonesia; 1989: 622). Menurut (Supranto 2000: 21) obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas (Anto Dayan 1986: 21), obyek penelitian, adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah.

Adapun Sugiyono (2017:41) menjelaskan pengertian objek penelitian adalah “sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)”. Objek penelitian yang penulis teliti adalah Harga (X1), Lokasi (X2), dan Minat Beli (Y).

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Wiratna, 2014:73). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen di Cafe Laperpool Kecamatan Candipuro.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data eksternal. Data eksternal adalah data yang didapat dari luar perusahaan atau organisasi (Paramita & Rizal, 2018:72). Data eksternal meliputi promosi, publisitas, iklan dan keputusan berkunjung wisatawan. Data eksternal dalam penelitian ini diambil dari teori landasan yang tepat untuk mendukung penelitian ini yang berupa buku, artikel, makalah dan jurnal.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa hasil kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu konsumen di Cafe Laperpoll Kecamatan Candipuro.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penelitian

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan peneliti. Menurut Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa yang dimaksud populasi adalah: “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan pengertian di atas, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan pada Café Laperpool yang berjumlah 90 pelanggan selama 3 bulan.

3.4.2 Sampel

Menurut Sutrisno Hadi (1987 : 20) sampel adalah contoh atau sebagian individu yang diteliti, karena jumlah populasi penelitian yang besar dan tidak dapat diteliti seluruhnya.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).

Roscoe (Sugiyono,2014:133) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta,dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila sampel penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen+ dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.

- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10-20.

Berdasarkan saran-saran Roscoe pada point ke-3 diatas, penelitian ini menggunakan 3 variabel (2 independen + 1 dependen) maka jumlah anggota sampel minimal = $10 \times 3 = 30$. Sehingga dalam penelitian ini jumlah responden yang diambil sebanyak 60 responden yang membeli di Café Laperpool Kecamatan Candipuro dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel.

Metode pengambilan sampelnya menggunakan *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel.

3.4.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2017:81) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu probability sampling dan *non probability sampling*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan probability sampling. Menurut Sugiyono (2017:82) “probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Probability sampling terdiri dari simple random sampling, proportionate stratified

random sampling, disproportionate stratified random, sampling area (cluster) sampling. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *simple random sampling*, kemudian menurut Sugiyono (2017:82) *Simple Random Sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

3.5 Variabel Penelitian ,Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan di tarik kesimpulanya (Sugiyono, 2004: 58).

Menurut Sugiyono menjelaskan bahwa suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen), variabel terikat (dependen) :

- a. Variabel bebas (*independen variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab terjadinya perubahan/timbulnya variabel dependen (terikat) variabel dependen. Baik yang pengaruhnya positif namun yang pengaruhnya negatif. Variabel independen yang digunakan adalah Harga (X1), Lokasi(X2).
- b. Variabel dependen (*dependen variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan adalah Minat Beli (Y2).

3.5.2 Desfinisi Konseptual Variabel Penelitian

a. Definisi konseptual Harga

Harga dinyatakan sebagai tingkat pertukaran barang dengan barang lain. Sebagaimana telah kita ketahui, salah satu tugas pokok ekonomi adalah menjelaskan alasan barang-barang mempunyai harga serta alasan barang yang mahal dan murah.

Harga jual produk di pasar tradisional maupun online tidak memiliki perbedaan harga yang cukup signifikan. Hanya saja di pasar tradisional memungkinkan pembeli untuk menawar harga produk atau barang hingga mencapai kesepakatan dengan penjual. Sedangkan di pasar online, pembeli tidak mungkin melakukan tawar menawar karena semua barang telah dipatok dengan harga pas.

b. Definisi konseptual Lokasi

Lokasi tempat berdirinya suatu usaha akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian karena merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Lokasi yang strategis berada dipusat kegiatan masyarakat dan lokasi yang dinilai mampu mengalami pertumbuhan ekonomi. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut.

Menurut Kotler (2007) lokasi adalah suatu ruang dimana berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan

c. Definisi konseptual Minat Beli

Minat beli adalah adanya perasaan yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya. Dari stimulus tersebut timbul rasa keinginan untuk mencoba atau mempergunakan produk, sehingga keinginan dari saya tersebut minat beli dari diri konsumen.

Tinggi rendahnya minat beli konsumen dapat diukur melalui indikator-indikator minat beli yaitu: membeli produk, produk ke orang lain, menggambarkan seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut, menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

3.5.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012), definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik.

a. Definisi Operasional Harga

Harga atau nilai makanan yang diharapkan merupakan harapan konsumen mengenai harga makanan yang sesuai dengan kualitas makan yang disajikan, harga makanan yang lebih murah, kompetitif dan harga minuman yang terjangkau.

Harga (X1) merupakan suatu nilai yang ditetapkan yang memiliki arti bagi konsumen dalam memperoleh barang. :

- 1) Keterjangkaun harga
- 2) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga
- 3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

b. Definisi Operasional Lokasi

Lokasi usaha merupakan suatu tempat dimana perusahaan itu melakukan kegiatan dan sangat menentukan dalam keberhasilan suatu usaha. Lokasi (X2) adalah merupakan tempat usaha yang digunakan oleh pemilik Café Laperpool, indikator lokasi yaitu sebagai berikut (Huririyati, 2015:55:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi.
- 2) Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas (*traffic*), dimana banyak orang yang melewati lokasi tersebut dan kepadatan penduduk.
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman, karena ada petugas yang menjaganya.

c. Definisi Operasional Minat Beli

Menurut Schiffman & Kanuk (2008: 225-235) mengatakan bahwa minat merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku. Minat beli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu obyek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan obyek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau pengorbanan. Selain itu, minat beli juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk pikiran yang nyata dari refleksi rencana pembeli untuk membeli beberapa unit dalam jumlah tertentu dari beberapa merek yang tersedia dalam periode waktu tertentu.

Variabel Y terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah minat beli ulang konsumen pada Café Laperpol. Berikut indikator dari minat beli sebagai berikut (Saidani & Arifin, 2012):

- 1) Minat transaksional
- 2) Minat referensial
- 3) Minat prefrensial
- 4) Minat eksploratif

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Penelitian

Instrumen penelitian ini berupa angket yang memuat Tiga variabel yaitu : lokasi, harga, dan minat beli. Instrumen penelitian menurut Sugiyono (2008) merupakan suatu alat yang diamati. Kisi – kisi instrumen penelitian ini yaitu :

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen
1	Harga (X1) (Kotler & Armstrong, 2011)	1. Keterjangkauan harga &2. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	1. Harga yang diberikan oleh cafe laperpool termasuk terjangkau. 2. Harga yang diberikan cafe laperpool sesuai dengan kemampuan konsumen 3. Harga yang diberikan cafe laperpool sesuai dengan kualitas produk. 4. Harga yang diberikan cafe laperpool sesuai dengan manfaat.
2	Lokasi (X21) (Huririyati, 2015: 55)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir	1. Akses yang ditempuh untuk mencapai cafe laperpool sangat mudah ditemukan. 2. Lokasi cafe laperpool yang strategis 3. Cafe laperpool sering dilewati oleh masyarakat. 4. Cafe laperpool memiliki tempat parkir yang luas dan aman
3	Minat Beli(Y) (Fure, 2013)	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	1. Saya tertarik untuk membeli di cafe laperpool. 2. Saya bersedia merekomendasikan cafe laperpool kepada orang lain. 3. Saya memilih membeli makanan di cafe laperpool. 4. Saya tertarik membeli makanan di cafe laperpool setelah mendapat informasi dari media sosial, teman atau kerabat

Seluruh variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert. Kuncoro (2003): *Likert Scale*, dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai perilaku, objek, orang, atau kejadian. Biasanya skala yang diajukan terdiri atas 5 atau 7 titik. Skala-skala ini nantinya dijumlahkan untuk mendapatkan gambaran mengenai perilaku. Skala ini dapat dilihat dengan indikator :

- a. Sangat setuju = bobot 5
- b. Setuju = bobot 4
- c. Cukup setuju = bobot 3
- d. Tidak setuju = bobot 2
- e. Sangat Tidak setuju = bobot 1

3.7 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan meliputi :

3.7.1 Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab atau mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada responden secara langsung untuk mengumpulkan keterangan-keterangan yang dibutuhkan.

3.7.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden, baik pertanyaan yang sifatnya tertutup maupun terbuka. Pertanyaan bersifat tertutup, diukur dengan menggunakan skala dengan internal 1-5 yaitu sangat setuju, setuju, netral atau rata-rata, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

3.7.3 Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian. Pengamatan dilakukan pada obyek penelitian yaitu Café Laperpoll . Data diperoleh dengan disesuaikan berdasarkan pengamatan langsung pada obyek yang akan diteliti dengan cara melihat, memperhatikan dan mendengar. Data yang didapatkan digunakan untuk mengungkapkan latar belakang dan mengidentifikasi masalah yang terkait dalam variabel yang diteliti.

3.7.4 Studi Pustaka

Merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku dan artikel maupun jurnal yang ada hubungannya dengan ruang lingkup yang dibahas sehingga dapat diperoleh suatu pandangan yang tertulis.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu cara yang dipergunakan untuk mengolah data agar dapat dihasilkan suatu kesimpulan yang tepat.

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Adapun statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif non parametris. Analisis statistik deskriptif yaitu analisis yang bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti (Azwar, 1998:126). Menurut Ali Muhson dalam makalah “Teknik Analisis Kuantitatif”, statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

Penelitian ini menggunakan metode analisa statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono,2013: 199).

3.8.1 Analisis Deskriptif

Sugiyono (2008) mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku secara umum. Terdapat tiga hal yang disajikan dalam analisis deskriptif yang meliputi :

- a. Analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari usia, pendidikan, dan penghasilan.
- b. Data ini kemudian diolah menggunakan analisis deskripsi statistik sehingga diperoleh nilai maksimal, nilai mean (Me), dan Standar Deviasi (SD).
- c. Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini penyusun akan menganalisa data tersebut satu persatu yang didasarkan pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung. Adapun berdasarkan kliteria yang dipakai pada kategori jawaban responden, maka untuk lebih memudahkan digunakan 3 kategori yaitu: tinggi, sedang dan rendah. Cara pengkategorian data berdasarkan rumus dari Azwar (2009) adalah sebagai berikut :

- 1) Tinggi : $X \geq M + SD$
- 2) Sedang : $M - SD \leq X < M + SD$
- 3) Rendah : $X < M - SD$

3.8.2 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Uji Validitas

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Menurut (Sunyoto, 2011) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Augustine & Kristaung, 2013) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menunjukkan hasil pengukuran relatif konsisten jika pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Reliabilitas merupakan

indeks yang menunjukkan sampai mana alat pengukur dapat menghasilkan data yang valid.

Nugroho (2011) uji realibitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2. Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,49	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,60 – 0,80	Reliabel
5.	0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011)

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai Alpha (r_{hitung}) > r_{tabel} maka item atau angket reliabel atau konsisten.
- Jika nilai Alpha (r_{hitung}) < r_{tabel} maka item atau angket tidak reliabel.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel *independen* (X) terhadap variabel *dependen* (Y):

Formula untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana

Y = Variabel *dependen* yaitu minat beli

X₁ = harga

X₂ = lkasi

a = Konstanta

β = Koefisien regresi variabel *independen*

e = Eror

(Amirullah, 2013:150)

Dengan analisis regresi linier berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu harga dan lokasi yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu minat beli. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya.

3.8.4 Uji Asumsi Klasik

Kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik uji asumsi klasik digunakan untuk menguji data yang telah dikumpulkan oleh peneliti untuk mengetahui kualitas baik dari data tersebut. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Jika data yang telah dikumpulkan tersebut memenuhi seluruh kriteria asumsi klasik, maka data tersebut termasuk dalam kategori data yang baik (Ghozali, 2013).

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015). Dalam menentukan apakah suatu model berdistribusi normal atau tidak, biasanya dapat dilakukan dengan melihat pada bentuk histogram residual yang bentuknya seperti lonceng atau tidak, atau

menggunakan *scatter plot* dengan mengacu pada nilai residu yang membentuk pola tertentu.

Sugiyono (2015), hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji dengan statistik parametris, antara lain dengan menggunakan *t-test* untuk satu sampel, korelasi dan regresi, analisis varian dan *t-test* untuk dua sampel. Penggunaan statistik parametris mensyaratkan bahwa setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal.

Lupiyoadi & Ikhsan (2015) menyatakan bahwa, normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

- 1) Menggunakan rasio *skewness* dan rasio kurtosis yang dapat dijadikan petunjuk apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak dengan cara melakukan pembagian dengan standar *error skewness*, begitu juga untuk kurtosis. Dengan cara ini, batasan data dikatakan berdistribusi normal jika nilai rasio kurtosis dan *skewness* berada di antara -2 hingga 2, di luar nilai tersebut maka data tidak berdistribusi normal. Dengan rumus:

$$Z_{skewness} = \frac{Skewness}{\sqrt{6/N}} \quad \text{dan} \quad Z_{kurtosis} = \frac{kurtosis}{\sqrt{6/N}}$$

Dimana N adalah jumlah sampel, jika $Z_{hitung} > Z_{tabel}$, maka distribusi tidak normal.

- 2) Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan metode uji *Kolmogorof Smirnov* atau uji K-S termasuk dalam golongan non-parametrik karena peneliti belum mengetahui apakah data yang digunakan termasuk data parametrik atau bukan. Pada uji K-S, data dikatakan normal apabila nilai sign $> 0,05$ dan sebaliknya apabila nilai sign $< 0,05$ maka tidak berdistribusi normal.

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini adalah dengan melihat penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah terjadinya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna di antara variabel independen. Pada model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Adanya multikolinieritas menyebabkan suatu model regresi memiliki varian yang besar sehingga sulit mendapatkan estimasi yang tepat. Multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*Variance inflation factor*), dimana jika nilai VIF di bawah 10 maka bisa dikatakan multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya atau lolos dari uji multikolinieritas (Paramita & Rizal, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model pengujian seperti regresi linier berganda, maka data harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas berarti variasi residual tidak sama dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variasi residual harus bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015).

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ketidaksamaan varian dari residual yang satu dengan residual yang lain pada semua pengamatan model regresi. Pada dasarnya model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Jika pada *scatterplot* titik-titiknya mempunyai pola yang

teratur baik menyempit, melebar maupun bergelombang maka di asumsikan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas (Sunyoto, 2011).

3.8.5 Uji Hipotesis

Dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (harga dan lokasi) terhadap variabel dependen (minat beli) baik secara parsial maupun secara simultan. Serta manakah diantara variabel independen yang mempunyai dominan variabel dependen.

a. Uji t (Uji Parsial)

(Lupiyoadi & Ikhsan, 2015), uji t digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu harga dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu minat beli secara parsial yang diuji dengan cara signifikan.

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis menurut (Nugroho, 2011) sebagai berikut:

a. Merumuskan Hipotesis

1. Hipotesis Pertama

H_0 : harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Cafe Laperpool Candipuro Kabupaten Lumajang

H_1 : harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Cafe Laperpool Candipuro Kabupaten Lumajang

2. Hipotesis Kedua

H_0 : lokasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Cafe Laperpool Candipuro Kabupaten Lumajang.

H_2 : lokasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Cafe Laperpool Candipuro Kabupaten Lumajang.

Menentukan level of signifikan dengan $\alpha = 5\%$

b. Menentukan kriteria pengujian :

Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima

Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak

c. $t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar error}}$ Menentukan nilai t hitung dengan rumus:

d. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} .

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F adalah alat uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) yaitu harga dan lokasi dapat berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y) yaitu minat beli (Sunyoto, 2011).

H_0 : Tidak terdapat pengaruh harga dan lokasi yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Cafe Laperpool Candipuro Kabupaten Lumajang.

H_3 : Terdapat pengaruh harga dan lokasi yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Cafe Laperpool Candipuro Kabupaten Lumajang.

Adapun kriteria pengujiannya yaitu:

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

c. Koefisien Determinasi

Sanusi (2011) menyatakan bahwa Koefisien Determinasi (R^2) juga disebut dengan determinasi majemuk atau *multiple coefficient of determination* yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga hampir sama dengan r , yang menjadi pembeda adalah fungsinya, kecuali regresi linear sederhana. R^2 menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas yang berjumlah lebih dari satu variabel secara bersama-sama.

Sementara itu, r^2 mengukur kebaikan sesuai *goodness-of-fit* dari persamaan regresi, yakni memberikan presentase variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X). r merupakan koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan hubungan linear diantara dua variabel yang nilainya dapat negatif atau positif. R merupakan koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif.