

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang membicarakan atau mempersoalkan mengenai cara-cara melaksanakan penelitian berdasarkan fakta-fakta atau gejala secara ilmiah. Metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian.⁶³

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan rumusan masalah asosiatif dan hubungan klausul. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik atau cara lainnya dari suatu kuantitatif (pengukuran). Rumusan masalah asosiatif adalah suatu rumusan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Bentuk hubungan rumusan masalahnya yaitu hubungan klausul yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat yang variabelnya terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).⁶⁴

⁶³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (CV Alfabeta, 2013). Hal. 2

⁶⁴ *Ibid.*, hlm. 36-37

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁵ Operasional variabel merupakan Batasan-batasan operasional yang dipakai untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti. Variabel yang akan diteliti dibagi menjadi dua yaitu:

1. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini dilambangkan dengan tanda (X). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah *store atmosphere*, harga, dan lokasi.

Tabel 3.1 Variabel Bebas

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
<i>Store Atmosphere</i>	<i>Store atmosphere</i> (suasana toko) yang dirancang secara sengaja agar sesuai dengan target pasar dan mampu menarik minat konsumen untuk membeli. Suasana toko yang baik dapat membangkitkan emosi positif seperti perasaan senang dan keinginan untuk berbelanja.	1. Bagian Luar Toko 2. Bagian Dalam Toko 3. Tata Letak Toko 4. Tanda-Tanda Informasi	Likert
	Harga merupakan sejumlah nilai uang yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh barang atau jasa, dan memiliki peran penting dalam	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	

⁶⁵ Ibid., hlm 38

Harga	memengaruhi keputusan atau minat beli konsumen, karena perbedaan harga sekecil apa pun dapat memengaruhi persepsi dan pilihan konsumen terhadap produk.	3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert
Lokasi	lokasi merupakan tempat strategis yang digunakan untuk melayani pelanggan dan memasarkan barang atau jasa, di mana pemilihan lokasi yang tepat bertujuan untuk mempermudah akses pelanggan, menarik kunjungan, serta memaksimalkan keuntungan bagi usaha.	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir luas	Likert

2. Variabel Terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel ini dilambangkan dengan tanda (Y). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli.

Tabel 3.2 Variabel Terikat

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Minat Berbelanja	Minat berbelanja merupakan kecenderungan atau dorongan seseorang untuk membeli suatu produk berdasarkan pengalaman, keinginan, dan pertimbangan yang matang terhadap suatu produk.	1. Minat Transaksional 2. Minat Refrensial 3. Minat Preferensial 4. Minat eksploratif	Likert

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁶ Dalam penelitian yang menjadi target populasi adalah pembeli atau konsumen yang berbelanja di pasar Pancasila. Jumlah populasi ini tidak diketahui karena tidak tersedia data spesifik mengenai jumlah konsumen yang berbelanja di pasar pancasila.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶⁷ Pada penelitian ini dilakukan dengan Teknik *nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan untuk mengambil sampel pada penelitian ini yaitu *sampling insidental*, yang mana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁶⁸

⁶⁶ *Ibid.*, hlm. 80

⁶⁷ *Ibid.*, hlm. 81

⁶⁸ *Ibid.*, hlm. 86

Untuk menentukan sample dapat digunakan *rumus rule of thumb* (aturan praktis) dari metodologi SEM. Dalam penelitian ini terdapat 20 item indikator. Maka ukuran sampel minimal yaitu $20 \times 7 = 140$. Maka, sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minimal 140 orang sebagai responden yang berbelanja di pasar pancasila kota tasikmalaya.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti terhadap subjek penelitian atau lingkungan tertentu untuk mendapatkan data penelitian.⁶⁹ Peneliti menggunakan metode observasi untuk mengetahui secara langsung apa yang terdapat dilapangan tentang minat beli konsumen di Pasar Pancasila Kota Tasikmalaya.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner adalah alat penelitian yang berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang harus diisi oleh responden, yang nantinya kuesioner ini akan penulis sebarakan secara langsung maupun daring.⁷⁰ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner untuk mencari data langsung dari pembeli yang diambil sebagai sampel.

3. Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi langsung antara peneliti dan responden atau subjek penelitian yang melibatkan pertanyaan dan jawaban

⁶⁹ Aditya Wardhana dan Zainuddin Iba, *Metode Penelitian*, ed. oleh Mahir Pradana (CV. Eureka Media Aksara, 2023), <https://www.researchgate.net/publication/376687580>. Hal. 293

⁷⁰ *Ibid.*, hlm. 293

antara kedua pihak.⁷¹ Dalam wawancara, pengumpul data harus menyiapkan instrumen pertanyaan sebagai pedoman untuk wawancara. Wawancara ini digunakan untuk mendapatkan informasi mendalam terkait permasalahan yang harus diteliti. Wawancara ini telah dilaksanakan dengan pengelola pasar pusat dan pengelola Pasar Pancasila Kota Tasikmalaya.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan Teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen baik itu tertulis, gambar, maupun elektronik. Dokumentasi ini diperlukan untuk mencari data tentang jumlah pasar tradisional dan pasar modern di Kota Tasikmalaya.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, umumnya alat pengumpul data/instrumen penelitian yang digunakan oleh penelitian dikembangkan dari jabaran variabel penelitian yang dikembangkan dari teori-teori yang akan diuji melalui kegiatan penelitian yang dikerjakan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner dengan skala *likert* berupa 5 opsi jawaban. Skala *likert* merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian, karena dalam pembuatannya relatif mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.

⁷¹ *Ibid.*, hlm. 294

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai bentuk pernyataan berkonotasi SS, S, KS, TS, STS dengan penilaian skor 5-4-3-2-1. Adapun lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3 Skala Likert

Predikat	Notasi	Bobot
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk Menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Berikut matrik pengembangan instrument atau kisi-kisi instrumen yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.4 Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Pernyataan	Item
Minat Berbelanja	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif ⁷²	1. Saya berminat berbelanja di pasar Pancasila atas kepercayaan saya pada kualitasnya yang baik 2. Saya akan merekomendasikan produk yang ada dipasar Pancasila kepada orang lain 3. Saya lebih memilih berbelanja di pasar Pancasila karena kualitasnya yang baik dibandingkan pasar lain	5

⁷² Romaryo Parinussa, Andrie Ch Salhuteru, dan Victor R Pattipeilohy, "Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Minyak Goreng Camar pada Minimarket Indomaret Cabang Diponegoro Kota Ambon," *Jurnal Administrasi Terapan* 3, no. 1 (Maret 2024): 27–35.

		4. Saya akan mencari informasi mengenai produk yang ingin saya konsumsi 5. Saya berencana untuk Kembali berbelanja di pasar pancasila	
<i>Store Atmosphere</i>	1. Bagian Luar Toko 2. Bagian Dalam Toko 3. Tata Letak Toko 4. Tanda-Tanda Informasi⁷³	1. Pasar pancasila memiliki Papan nama yang terlihat dengan jelas 2. Pasar pancasila memiliki pencahayaan yang baik 3. Pasar pancasila memiliki tingkat kebersihan yang baik 4. Pasar pancasila memiliki tata letak toko yang tertata rapi sehingga memudahkan saya berbelanja 5. Pasar pancasila memiliki desain interior yang menarik dan nyaman	5
Harga	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk 3. Daya Saing 4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat⁷⁴	1. Harga yang ditawarkan sangat terjangkau 2. Harga yang ditawarkan sesuai kualitas produk 3. Harga yang ditawarkan tergolong wajar dan tidak berlebihan 4. Harga produk yang ditawarkan dipasar pancasila kompetitif dibandingkan dengan pasar lain 5. Harga yang saya bayarkan sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	5
	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu Lintas	1. Lokasi pasar pancasila mudah dijangkau 2. lokasi pasar pancasila dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan	

⁷³ Meliana Chandra, Ferdinandus Sampe, dan Abner Tahendrika, "Pengaruh Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Labuana Resto & Cafe Makassar," *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Terapan (JESIT)* 3, no. 2 (Desember 2022): 229–46, <https://journals.ukitoraja.ac.id/index.php/jesit>.

⁷⁴ Romaryo Parinussa, Andrie Ch Salhuteru, dan Victor R Pattipeilohy, "Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Minyak Goreng Camar pada Minimarket Indomaret Cabang Diponegoro Kota Ambon," *Jurnal Administrasi Terapan* 3, no. 1 (Maret 2024): 27–35.

Lokasi	4. Tempat Parkir Luas ⁷⁵	3. lokasi pasar pancasila dapat dilalui banyak alat transportasi 4. pasar pancasila memiliki tempat parkir yang memadai 5. lokasi pasar pancasila memberikan Kesan yang aman untuk berbelanja	5
--------	-------------------------------------	---	---

F. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia.⁷⁶

Langkah-langkah yang dilakukan penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*. SEM atau model persamaan struktural, adalah teknik analisis yang menggabungkan aspek dari analisis faktor dan analisis jalur.⁷⁷ SEM memungkinkan pengujian hubungan antara variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) dan indikatornya. Dalam penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS

⁷⁵ Talitha Marta Ainillah, Erie Hidayat Sukriadi, dan Arisman Muchtar, "Pengaruh Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung di De'tuik Resto & Resort Bandung," *Jurnal Manajemen dan Pariwisata* 1 (April 2022): 132–44.

⁷⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. hal. 243

⁷⁷ Hatta Setiabudhi dkk., *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS*, ed. oleh Putu Hardani Hesti Duari (Borneo Novelty Publishing, 2025). Hal. 17

yang mana secara khusus bermanfaat buat memprediksi variabel dependen dengan melibatkan banyak variabel independen. *Software* yang digunakan oleh penulis adalah SmartPLS 4.0.

Berikut Langkah-langkah teknis analisis data pada SEM-PLS:

a. *Sample Size*

Sample size digunakan untuk mengukur jumlah sampel minimal dalam sebuah penelitian untuk diuji antar variabelnya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 140 orang responden yang berbelanja di pasar pancasila kota tasikmalaya.

b. *Outer Model* (Model Pengukuran)

Model pengukuran adalah model yang mendeskripsikan hubungan antar variabel laten (konstruk) dengan indikatornya.⁷⁸ Validitas konvergen merupakan bagian dari model pengukuran yang dalam SEM-PLS biasanya disebut *confirmatory factor analysis* (CFA). Terdapat dua kriteria untuk menilai apakah model pengukuran memenuhi syarat validitas konvergen untuk konstruk reflektif, yaitu: *loading* harus diatas 0,7 dan nilai *p* signifikan ($<0,05$). Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas.

1) Uji Reliabilitas Indikator

Uji Reliabilitas istilah yang dipakai untuk menunjukan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten jika pengukurannya dilakukan secara berulang. Mengukur reliabilitas suatu konstruk

⁷⁸ *Ibid.* Hal.23

dengan indikator relative dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Konstruk dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70 dan *cronbach's alpha* di atas 0,70.⁷⁹

2) Uji *Internal Consistency Reliability*

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa mampu indikator dapat mengukur konstruk latannya. Indikator penilaian *internal consistency reliability* adalah nilai *composite reliability* di atas 0,70 dan *cronbach's alpha* di atas 0,70.

3) Uji Validitas Konvergen

Nilai *convergen validity* dapat dilihat nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Untuk ukuran dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,60 dengan konstruk yang ingin diukur. Selain melihat nilai dari loading faktor, validitas itu juga dapat dilihat dari nilai AVE, dimana dikatakan valid jika nilai AVE (Average Variance Extracted) >0.05 .⁸⁰

4) Uji Validitas Diskriminan

Nilai ini merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai

⁷⁹ Pardomuan Robinson Shombing dkk., Aplikasi Smart PLS 4.0 untuk Statistik Pemula, ed. oleh Ismail Marzuki (Minhaj Pustaka, 2024). Hal. 20

⁸⁰ *Ibid.*, hlm 18

loading dengan konstruk yang lain. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan pengujian *fornell-larcker criterion* dimana menurut pengujian ini validitas diskriminan yang baik adalah apabila akar AVE suatu konstruk harus lebih besar dari korelasi dengan konstruk lainnya.⁸¹

c. *Inner Model* (Model Structural)

Inner model adalah model yang mendeskripsikan hubungan antar variabel laten (konstruk).⁸² Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk variabel dependen dan nilai koefisien path untuk variabel independen yang kemudian dinilai signifikansinya berdasarkan nilai t-statistic setiap path.

1) *R Square* (R²) Koefisien Determinasi

Nilai *r-square* merupakan suatu nilai yang menyatakan seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan variance dari variabel tak bebas.⁸³ Nilai koefisien determinan (R²) diharapkan antara 0 dan 1. Kriteria nilai R²= 0,67 pengaruh eksogen terhadap endogen, kuat, R²= 0,33 Pengaruh eksogen terhadap endogen sedang, R²= 0,19 pengaruh eksogen terhadap endogen lemah.⁸⁴

⁸¹ *Ibid.*, hlm.19

⁸² Hatta Setiabudhi dkk., Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS, ed. oleh Putu Hardani Hesti Duari (Borneo Novelty Publishing, 2025), hlm. 40

⁸³ *Ibid.*, hlm. 46

⁸⁴ Duryadi, Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah, ed. oleh Joseph Teguh Santoso (Yayasan Prima Agus Teknik, 2021), hlm. 62

2) *Effect Size*

Effect Size atau *f square* bertujuan untuk melihat apakah ada/tidak hubungan pengaruh yang signifikan antara variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. (Cohen, 1988) mengatakan bahwa *Effect Size* f^2 yang disarankan adalah di atas 0.15, dimana dengan variabel laten eksogen memiliki pengaruh moderat pada level structural.⁸⁵

3) *Path Coefficients* atau koefisien jalur

Path Coefficients atau koefisien jalur bertujuan untuk melihat signifikan, kekuatan hubungan, dan untuk menguji hipotesis. Nilai *Path Coefficients* berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai +1 maka menunjukkan kecenderungan hubungan searah.⁸⁶

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil analisis inner model, yang mencakup nilai R^2 , koefisien parameter dan nilai statistik. Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak, peneliti melihat tingkat signifikansi hubungan antar konstruk melalui nilai t-statistic dan p-value.⁸⁷ Pengujian ini dilakukan menggunakan software SmartPLS 4.0, dimana nilai tersebut diperoleh dari proses *bootstrapping* untuk menguji signifikansi koefisien jalur. Ini membantu menentukan

⁸⁵ Setiabudhi dkk., Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS, hlm. 62

⁸⁶ Duryadi, Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah, hlm. 63

⁸⁷ *Ibid.*, hlm. 86

apakah hubungan yang ditemukan dalam analisis adalah signifikan secara statistik.⁸⁸ *rules of thumb* yang digunakan pada penelitian ini adalah t statistik $> 1,96$ dengan tingkat signifikan $p \text{ value} < 0,05$ (5%).

G. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat yang dijadikan lokasi penelitian ini adalah Pasar Pancasila Kota Tasikmalaya, untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada tahun akademik 2025/2026 yaitu mulai dari bulan September sampai dengan alokasi waktu sebagai berikut:

Tabel 3.5 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Periode 2025				Periode 2026		
		Sept 2025	Okt 2025	Nov 2025	Des 2025	Jan 2026	Mar 2026	Mei 2026
1	Penyusunan Usulan							
2	Seminar Usulan Penelitian							
3	Pelaksanaan Penelitian a. Pengumpulan data b. Pengolahan data							
4	Analisis Data							
5	Seminar Hasil Penelitian							
6	Sidang Skripsi							

⁸⁸ Setiabudhi dkk., Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS, hlm. 63