

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam penelitian ini jenis yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) penelitian kuantitatif adalah salah satu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian hipotesis pengaruh variabel Store Atmosphere (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Starbucks di Bandar Lampung.

#### **3.2. Sumber Data**

Sumber data didalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sanusi (2017:104) Data Primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Adapun metode yang digunakan guna mendapatkan data primer ini antara lain dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Data primer ini diperoleh dari hasil responden konsumen yang telah mengunjungi Starbucks di Bandar Lampung. Data tersebut adalah hasil dari jawaban pengisian kuesioner yang telah memenuhi kriteria responden.

#### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode field research dengan cara turun secara langsung ke lapangan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen Starbucks. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan google form kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang disusun secara cermat terlebih dahulu yang akan diberikan kepada responden (Sanusi, 2019:109).

Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala likert.

Jawaban pernyataan yang diajukan yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran**

SS	Sangat Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
CS	Cukup Setuju	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber: Sugiyono (2015)

### 3.4. Populasi Dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:130) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah mengunjungi Starbucks di Bandar Lampung.

#### 3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:131) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian pelanggan Starbucks di Bandar Lampung. Metode penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sample berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Kriteria Pemilihan Sampel**

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1.	Berusia minimal 17 tahun.
2.	Konsumen yang telah mengunjungi Starbucks lebih dari 2 kali
3	Laki-Laki dan Perempuan

Sumber : Data Diolah, 2022

Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Starbucks yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan rumus Hair. Hair, et.al (1995) dalam Rahayu (2012) menyatakan bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi untuk setiap estimated parameter dan maksimal adalah 10 observasi dari setiap estimated parameter.

$$\text{Jumlah sampel} = \text{Jumlah Indikator} \times 5$$

Dalam penelitian ini jumlah indikator penelitian sebanyak 33 indikator, sehingga jumlah sampel yang diperlukan adalah sebanyak 165 responden.

$$\text{Jumlah sampel} = 33 \times 5 = 165$$

Jadi berdasarkan rumus diatas dapat diambil sampel dari populasi sebanyak 165 orang responden yang pernah mengunjungi Starbucks Bandar Lampung.

### 3.5. Variabel Penelitian

#### 3.5.1. Variabel Penelitian Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah *Store Atmosphere*.

### 3.5.2. Variabel Penelitian Dependen

Variabel dependent (terikat) merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Loyalitas Pelanggan.

### 3.6. Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.3**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Store Atmosphere	Menurut Utami (2017) Store Atmosphere di definisikan sebagai kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperature, musik, aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen.	Store atmosphere/ suasana toko sebagai kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperature, music, aroma yang di berikan oleh Starbuck kepada konsumen.	Store Exterior - bagian depan toko - papan nama (Marquee) - pintu masuk - tinggi dan luas bangunan - keunikan lingkungan sekitar - parking General Interior - tata letak toko - pewarnaan dan pencahayaan - fixtures - temperature - jarak antar rak - dead areas - personal	Interval

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- merchandise</li> <li>- lebel harga</li> <li>- kasir</li> <li>-</li> <li>technology/modernization</li> <li>- kebersihan</li> <li>Store Layout</li> <li>- alokasi lantai ruangan</li> <li>-</li> <li>pengelompokan produk</li> <li>- traffic flow</li> <li>Interior Display</li> <li>- assortment display</li> <li>- theme setting display</li> <li>- ensemble display</li> <li>- rack and cases display</li> <li>- posters, sign, and cards display</li> </ul>	
Loyalitas Pelanggan	Dalam Ratih Hariyati (2015) Oliver mendefinisikan loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam	Sikap komitmen pelanggan yang bertahan dan melakukan pembelian ulang secara	<i>Word of mouth</i> <i>Price Sensivity</i> <i>Complaining Behavior</i>	Interval

	<p>untuk berlanggan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.</p>	<p>konsisten terhadap Starbuck.</p>		
--	---	-------------------------------------	--	--

### 3.7. Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji kelayakan instrumen, dalam pengujian validitas intrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Instrument dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi  $\geq$  dari 95% atau  $\alpha = 0,05$ .

1. Prosedur pengujian :

Ho : Intrumen valid

Ha : Intrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila  $\text{sig} < 0,05$  maka intrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila  $\text{sig} > 0,05$  maka intrumen dinyatakan tidak valid

#### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat

keterandalan. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi Nilai r**

<b>Nilai Korelasi</b>	<b>Keterangan</b>
0,8000 – 1,0000	SangatTinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	SangatRendah

Sumber: Sugiyono (2015)

### **3.8. Uji Persyaratan Analisis Data**

#### **3.8.1. Uji Normalitas Sampel**

Uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sample yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sample bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS 20.

Prosedur Pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

$H_0$  : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

$H_1$  : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila  $Sig < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak (distribusi sample tidak normal)

Apabila  $Sig > 0.05$  maka  $H_0$  diterima (distribusi sample normal)

### 3.8.2. Uji Linieritas Sampel

Uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS 20 dengan melihat table Anova atau sering disebut *Test for Linearity*.

Prosedur Pengujian

1. Rumusan Hipotesis

$H_0$  = Model regresi berbentuk linear.

$H_1$  = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas ( $Sig$ )  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas ( $Sig$ )  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

## 3.9. Metode Analisis Data

### 3.9.1. Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linier Sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.



Rumus :

$$Y' = a + Bx$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen ( loyalitas pelanggan)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

$\beta$  = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1 = Variabel independen ( Store Atmosphere )

### 3.10. Pengujian Hipotesis

#### 3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

#### **Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Ho: *Store Atmosphere* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Starbucks.

Ha: *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada Starbucks.

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak.
2. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima.
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.