

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif. Penelitian kuantitatif asosiatif merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini guna melihat hubungan sebab akibat antar variabel atau lebih (Saputra et al., 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (variable bebas) yaitu Kualitas Pelayanan (X1), *Store Atmosphere* (X2), Persepsi Harga (X3), terhadap variabel dependen (variabel terikat) yaitu Keputusan Pembelian.

3.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner dengan skala likert. Data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuisisioner yang dibagikan kepada responden (Saputra et al., 2023).

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan metode dalam pengumpulan data yaitu Angket atau Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data Dimana responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengka mengembalikan kepada peneliti. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuisisioner ini menggunakan skala likert. Berikut tabel skala dalam penelitian ini :

Tabel 3.1
Interpretasi Skala Likert

Skala	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiono, 2012)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di *Lacosta Cafe* Metro Lampung.

3.4.2 Sampel

(Sugiyono, 2012) menyatakan bahwa Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan cara (Hair, et al 2015), merupakan teknik pengambilan sampel proporsive sampling dengan kriteria tertentu, yaitu.

1. Usia dimana pada usia ini diasumsikan responden telah mampu dan mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pertanyaan dalam kuisioner penelitian dengan baik yaitu 17 tahun – 35 tahun.

2. Pekerjaan dengan sebaran pelajar/mahasiswa, pegawai negeri, pegawai swasta, wiraswasta dan lainnya. Sebaran ini diasumsikan responden telah mampu dan mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pertanyaan dalam kuisioner penelitian dengan baik.
3. Konsumen yang pernah melakukan pembelian di *Lacosta Cafe*.
4. Pendapatan konsumen yang pernah melakukan pembelian .

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti sehingga dalam penentuan sampel menggunakan rumus Hair et al (1998) yang menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel . Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indicator dikalikan 5-10. Jumlah indicator yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 17 indikator, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah Sampel} &= 17 \times (5-10) \\
 &= 17 \times 6 \\
 &= 102
 \end{aligned}$$

Mengacu pada perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 102 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Variabel penelitian ini menggunakan 2 variabel antara lain, variabel Independen eksogenus, variabel dependen endogenus. Berikut penjelasan variabel dalam penelitian ini :

3.5.1 Variabel Independen (X / Eksogeneous)

Variabel ini sering disebut sebagai variable stimulus, predictor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variable bebas. Variabel bebas merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat)(Sugiyono, 2012). Dalam SEM, variable Independen disebut sebagai variable Eksogenous (Sugiyono, 2012). Variabel Iependen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1), *Store Atmosphere* (X2), Persepsi Harga (X3).

3.5.2 Variabel Dependen (Y / Endogeneous)

Variabel dependen sering disebut sebagai variable output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variable terikat. Variabel terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas (Sugiyono, 2012). Dalam SEM, variable Dependen disebut variable Endogenous (Sugiyono, 2012). Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variable menjelaskan mengenai variable yang diteliti, konsep, indikator , serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variable penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Berikut definisi operasional variable dalam penelitian ini :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variable	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas Pelayanan adalah bagaimana kita melayani, mempersiapkan, mengelola dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen individu tau kelompok yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Dalilah & Prawoto, 2023).	Kualitas Pelayanan merupakan keunggulan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan Lacosta Cafe.	1. Berwujud (<i>tangibles</i>) 2. Empati (<i>emphaty</i>) 3. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 4. Keandalan (<i>reability</i>) 5. Jaminan (<i>assurance</i>) (Fernanda et al.,2023)	Interval
<i>Store Atmosphere</i> (X2)	Pembentukan <i>Store Atmosphere</i> adalah proses yang melibatkan penentuan lingkungan belanja di dalam suatu toko. Ini dilakukan dengan memastikan bahwa karakteristik toko tercermin melalui pengaturan dan pemilihan	Store Atmosphere merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan,	1. Eksterior toko 2. Tampilan interior 3. Store layout (penataan antar rak) 4. Interior umum (pencahayaan,suhu udara)	Interval

	<p>fasilitas fisik toko serta aktivitas pemasaran produk. Hasil dari penciptaan lingkungan belanja tersebut pada akhirnya menciptakan citra toko yang memberikan kesan menarik dan menyenangkan bagi pembeli, mendorong mereka untuk melakukan pembelian (Rahmadi, 2023)</p>	<p>pemajangan, warna, temperatur, musik, serta aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak pelanggan Lacosta Cafe.</p>	<p>(Rahmadi,2023)</p>	
<p>Persepsi Harga (X3)</p>	<p>Peter dan Olson dalam Putra dan Talumantak (2022) persepsi harga adalah berkaitan dengan informasi harga yang dipahami oleh konsumen dan bermakna bagi mereka.</p>	<p>Persepsi Harga sangat penting dalam suatu transaksi jual beli yang berpengaruh secara langsung terhadap konsumen Lacosta Cafe.</p>	<p>1. Keterjangkauan harga (Price Affordability) 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk (Good Value Pricing) 3. Daya saing harga (Competition Based Pricing) Kesesuaian harga dengan manfaat (Customer Value Based Pring)</p>	<p>Interval</p>

Keputusan Pembelian (Y)	Kotler dan Keller (2016:159) dalam Amelia et al (2022), mendefinisikan bahwa Keputusan Pembelian merupakan proses dimana konsumen mengenal masalahnya, lalu mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi masing-masing alternatif tersebut seberapa baik untuk memecahkan masalah yang mengarah kepada Keputusan Pembelian.	Keputusan Pembelian proses dimana konsumen memilih suatu tindakan dari beberapa alternatif pilihan yang telah didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk membeli di Lacosta Café.	1.Kemantapan pada suatu produk 2.Kebiasaan dalam membeli produk 3.Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4.Melakukan pembelian ulang	Interval
-------------------------	---	---	---	----------

3.7 Uji Persyaratan Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling*

(SEM) yang berbasis komponen atau varian. PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. PLS merupakan metode analisis yang *powerful*, karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Misalnya, data harus terdistribusi normal, sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten.

PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif (Rahmad & Suhardi, 2019)

Menurut (Rahmad & Suhardi, 2019) tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten adalah linear agregat dari indikator-indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana inner model (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan *outer* model (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstraknya) dispesifikasi. Hasilnya adalah residual variance dari variabel dependen. Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga. Pertama, adalah *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan indikatornya (*loading*). Ketiga, berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, PLS menggunakan proses iterasi 3 tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama, menghasilkan *weight estimate*, tahap kedua menghasilkan estimasi untuk *inner* model dan *outer* model, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi means dan lokasi (Rahmad & Suhardi, 2019).

3.7.1 Model Pengukuran atau Outer Model

Convergent validity dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup. *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran

lebih besar dari pada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik dari pada ukuran blok lainnya (Chin, 1998 dalam (Rahmad & Suhardi, 2019)

Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reabilitas *component score variabel laten* dan hasilnya lebih konservatif dibanding kandungan *composite reability*. Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar 0,50 (Fornell dan Larcker, 1981 dalam (Rahmad & Suhardi, 2019). *Composite reabilit* yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *Cronbach's Alpha* (Rahmad & Suhardi, 2019)

3.7.2 Structural model (Inner Model)

Inner model, inner relation, structural model dan *substantive theory* menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif Di samping melihat nilai R-square, model PLS juga dievaluasi dengan melihat Q-square prediktif relevansi untuk model

konstruktif. Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya (Rahmad & Suhardi, 2019).

3.8 Penguji Hipotesis

Dalam menguji hipotesis, penelitian ini menggunakan beberapa kriteria yang harus dipenuhi, yaitu original sample, t-statistics, dan p values. Nilai original sample digunakan untuk melihat arah dari pengujian hipotesis, jika pada original sampel menunjukkan nilai positif berarti arahnya positif, dan jika nilai original sampel negatif berarti arahnya negatif. Kemudian t-statistics digunakan untuk menunjukkan signifikansi. Untuk menguji menggunakan t-statistics maka harus diketahui apakah hipotesis memiliki arah atau tidak. Jika hipotesis memiliki arah (*one-tiled*) maka nilai t-statistics harus $>1,64$, dan jika hipotesis tidak memiliki arah (*two-tiled*) maka nilai t-statistics harus $>1,96$ (Zunianto, 2017). Seluruh hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini memiliki arah (*one-tiled*), maka agar hipotesis dapat diterima nilai t-statistics nya harus $>1,64$. Dalam penelitian ini nilai p values yang harus dicapai agar suatu hipotesis dapat diterima adalah 5% atau $> 0,05$. Untuk dapat dikatakan suatu hipotesis dapat diterima, maka ketiga kriteria tadi harus terpenuhi. Apabila salah satu atau lebih kriteria tersebut tidak terpenuhi maka hipotesis ditolak.