

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam rangka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2014, p.13) adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat statis dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2014, p.2) adalah ilmu yang mempelajari cara atau teknik yang mengarahkan penelitian secara ilmiah mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam hal ini penelitian menggunakan metode asosiatif yaitu bentuk penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau menganalisis pengaruh *store atmosphere* (X1) dan kualitas produk (X2) dengan variabel dependent kepuasan pelanggan (Y) di *Wood Stairs Café* Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung di lokasi penelitian dengan memberikan kuesioner yang diberikan kepada pengunjung *Wood Stairs Café*.
- b. Data sekunder adalah data yang berisikan informasi dan teori – teori yang digunakan untuk mendukung penelitian. Peneliti memperoleh data sekunder dari buku – buku pendukung, jurnal, koran, internet dan

sebagainya. Data sekunder yang di pakai dalam penelitian ini data dari hasil survei penulis di *Wood Stairs Café* Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009, p.136) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (*Libarary Research*)
Teknik ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan skripsi ini seperti data yang bersumber dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, dokumentasi, dan data lain yang dibutuhkan dalam penelitian berupa teori tentang manajemen ritel.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)
Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data – data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara :
 - a. Dokumentasi, yaitu dengan membaca buku atau literatur atau karya ilmiah lainnya dan sumber data lain yang bersal dari media elektronik seperti internet, yang mempunyai hubungan dengan penulisan penelitian tentang pengaruh store atmosphere dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab. Peneliti membuat beberapa kuesioner yang akan dibagikan kepada pengunjung *Wood Stairs Café* di Bandar Lampung.

Adapun bobot penilaiannya adalah sebagai berikut :

- a. Kategori sangat setuju (SS) = 5
- b. Kategori setuju (S) = 4

- c. Kategori netral (N) = 3
- d. Kategori tidak setuju (TS) = 2
- e. Kategori sangat tidak setuju (STS) = 1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2016 :148) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini sepanjang tahun 2018 sebanyak 24.665 yang di dapat jumlah tersebut dari nota pembelian, dimana pengunjung membeli makanan atau minuman dalam satu nota.

3.4.2 Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiono (2015 :62) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara – cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi dikarenakan keterbatasan peneliti dan melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul – betul representative (benar – benar mewakili).

Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Penentuan ukuran sampel responden menggunakan rumus Slovin, yang ditunjukkan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$$

Keterangan :

n = Besar Sampel

N = Besar Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Populasi (N) = 24.665 orang dengan asumsi tingkat kesalahan 10% maka jumlah sampel (n) adalah :

$$n = \frac{24.665}{24.665 \times (0,1)^2 + 1}$$

$$\frac{24.665}{247.65} = 99.95 \text{ di bulatkan menjadi } 100$$

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2008,p. 32) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang atau objek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel merupakan gejala yang menjadi fokus untuk diamati. Pada penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel bebas (independent) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadikan sebab timbulnya suatu berubahnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah *store atmosphere* (X1) atau *kualitas produk* (X2).
2. Variabel terikat (dependent) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan (Y)

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Operasional	Indikator	Skala Ukur
<i>Store Atmosphere</i>	Robert Donovan dan John Rositter berpendapat bahwa atmosfer toko melibatkan afeksi dalam bentuk keadaan emosi konsumen yang berbelanja di dalam toko yang mungkin tidak sepenuhnya disadari olehnya.	<i>Store atmosphere</i> (suasana toko) di <i>Wood Stairs Café</i> sangat mempengaruhi untuk konsumen dan lingkungan toko.	1.Exterior 2.General Interior 3.Store Layout 4. Interior Display	Interval
Kualitas produk	Kualitas dapat diartikan kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Luthfia 2012).	Kualitas produk yang terdapat di <i>Wood Stairs Café</i> sangat penting bagi konsumen untuk menentukan bahwa produk tersebut sangat bermutu untuk dinikmati konsumen.	1.Performance 2.Fitur 3.Conformance 4.Reliability 5.Durability 6.Serviceability 7.Eashtetica	Interval
Kepuasan Pelanggan	Tjiptono (2012) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome)	Kepuasan pelanggan dilihat dari pelanggan yang datang ke <i>Wood Stairs Café</i> secara berulang kali.	1.Re-purchase 2.Word of Mouth 3.Menciptakan Citra Merek 4.Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama	Interval

	sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.			
--	--	--	--	--

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas angket digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu saat alat pengukur itu mampu mengukur apa yang diinginkan, sehingga penulis menguji validitas angket dengan kuesioner yang langsung diberikan kepada pelanggan yang datang ke *Wood Stairs Café*.

Metode uji kevalidan yang digunakan adalah *Korelasi Product Moment* dengan kriteria sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{\{(n\sum X^2) - (\sum X)^2\} \cdot \{(n\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r = Korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah responden

X = Jumlah Skor item

Y = Jumlah skor total seluruh item

Prosedur pengujian :

1. Ho : Data dari populasi berinstrumen valid

Ha : Data dari populasi berinstrumen tidak valid

2. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
 Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
3. Penguji validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS
 (*Statistical and Service Solution*) 16.00
4. Penjelasan dan kesimpulan dan butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara Bila r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi, Jika alat ukur tersebut stabil maka dapat di andalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali – kali dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas pada penelitian in, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) 16.00

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Dimana :

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya soal

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varians butir

σ^2 = Varians total

Prosedur pengujian :

1. H_0 : Data dari populasi berinstrumen reliabel
 H_a : Data dari populasi berinstrumen tidak reliabel
2. Bila $r_{hitung} > r_{alpha}$ maka instrumen reliabel
 Bila $r_{hitung} < r_{alpha}$ maka instrumen tidak reliabel

Tabel 3.2 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reabilitas
0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2009)

3. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution) 16.00
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, maka penghitung maka perhitungan instrumen tersebut mempunyai reliabilitas dari sangat tinggi sampai sangat rendah.

3.8 Uji Prasyaratan Analisis

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Uji normalitas dilakukan dengan uji *kolmogrovsmirnov*. Dalam uji *kolmogrov smirnov*. Dalam uji *kolmogrov smirnov* diasumsikan bahwa distribusi variabel yang sedang diuji mempunyai sebaran *continue*. Syarat hipotesis yang digunakan :

1. Rumusan hipotesis :
 - Ho : data diambil dari populasi berdistribusi normal
 - Ha : data diambil dari populasi berdistribusi tidak normal
2. Kriteria pengambilan keputusan :
 - Apabila $\text{sig} < 0.05$ maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)
 - Apabila $\text{sig} > 0.05$ maka Ho diterima (distribusi sampel normal)
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution) 16,0.
4. Penjelasan dan kesimpulan dan butir 1 dan 2, dengan perhitungan angka sig untuk variabel X pada uji *kolmogrov smirnov* (SK) maka distribusi data variabel Y normal ataupun tidak normal.

3.8.2 Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Ada beberapa uji linieritas yang dapat dilakukan salah satunya dengan *Kompare Means*.

1. Rumusan Hipotesis :

Ho : model regresi berbentuk linear

Ha : model regresi tidak berbentuk linear

2. Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

Jika probabilitas (sig) > 0,05 maka Ho diterima

Jika probabilitas (sig) < 0,05 maka Ho ditolak

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Multikolinearitas

Penguji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal (variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

1. Mempunyai angka Tolerance diatas (>) 0,1
2. Mempunyai nilai VIF did bawah (<) 10

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pada pengujian heteroskedastisitas, peneliti menggunakan uji glester. Uji glester dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolute residualnya. Jika nilai signifikan antara variabel independen

dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

1. Apabila $\text{sig} > \alpha$ (0,05), maka tidak ada gejala heteroskedastisitas.

2. Apabila $\text{sig} < \alpha$ (0,05), maka ada gejala heteroskedastisitas.

3.9.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota seri observasi yang di susun menurut waktu (seperti data time series) atau urutan tempat/ ruang (data cross section), atau korelasi yang timbul pada dirinya sendiri. Berdasarkan konsep tersebut, maka uji asumsi tentang autokorelasi sangat penting untuk dilakukan tidak hanya pada data yang bersifat time series saja, akan semua data (independen variabel) yang diperoleh perlu diuji terlebih dahulu autokorelasinya apabila akan dianalisis dengan regresi linear ganda. Pengujian autokorelasi ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi diantara data pengamatan atau tidak. Adanya autokorelasi dapat mengakibatkan penaksir mempunyai varians tidak minimum dan uji-t tidak dapat digunakan, karena akan memberikan kesimpulan yang salah. Sebagaimana dalam uji linearitas dan uji multikolinear, untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi perlu juga dikemukakan hipotesis dengan bentuk sebagai berikut.

H_0 : Tidak terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan.

H_a : Terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan.

Ada tidaknya autokorelasi dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan uji Durbin-Watson. Ukuran yang digunakan untuk menyatakan ada tidaknya autokorelasi, yaitu apabila nilai statistik

Durbin-Watson mendekati angka 2, maka dapat dinyatakan bahwa data pengamatan tersebut tidak memiliki autokorelasi, dalam hal sebaliknya, maka dinyatakan terdapat autokorelasi

3.9.4 Uji Regresi Berganda

Persamaan regresi berganda mengandung makna bahwa dalam suatu persamaan regresi terdapat suatu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen.

Rumus yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + et$$

Dimana :

Y = Nilai estimasi Y atau kepuasan pelanggan (Y)

a = Konstanta

X1= Nilai variabel independen *store atmosphere* (X1)

X2= Nilai variabel independen kualitas produk (X2)

b1 = Koefisien regresi X1

b2 = Koefisien regresi X2

et = Error term

Untuk pengolahan data yang diperoleh dibantu dengan program computer SPSS (Statical Program and Service Solution) Windows version. 20 dengan taraf signifikan 5%

3.9 Metode Analisis Data

Sugiyono (2009,p.129) menyatakan bahwa : Teknik analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Statistika inferensial yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik parametris yaitu statistik yang digunakan

untuk menguji parameter populasi melalui statistik atau menguji ukuran populasi melalui data sampel.

3.10 Penguji Hipotesis

3.10.1 Uji t

Uji digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual atau dengan kata lain menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen.

Hipotesis yang dipakai adalah :

1. Kriteria Pengujian.

1. Jika probabilitas (sig) > 0.05 maka H_0 diterima

Jika probabilitas (sig) < 0.05 maka H_0 ditolak

2. Uji t dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Selection*) 16.0.

3. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2.

3.10.2 Uji F (F-test)

Uji F untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (independen) secara serempak terhadap variabel terikat (dependen) dilakukan dengan membandingkan antara hasil F hitung dengan F tabel.

1. Kriteria Pengujian.

- Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau probabilitasnya $< 0,05$ maka H_0 diterima. Artinya tidak terdapat pengaruh *store atmosphere* (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) konsumen di *Wood Stairs Café* Bandar Lampung.
- Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau probabilitasnya $> 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh *store atmosphere* (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) konsumen di *Wood Stairs Café* Bandar Lampung.