

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Mengingat penelitian ini lebih diarahkan pada pengujian kebenaran suatu hipotesis, menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, Sugiyono (2011:11). metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif analisis. Dimana metode deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan keadaan yang ada pada suatu perusahaan berdasarkan data dan fakta yang dikumpulkan kemudian disusun secara sistematis yang selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan.

Metode deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama, kedua dan ketiga yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai suasana toko, kualitas layanan dan tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan metode verifikatif merupakan suatu metode penelitian yang ditunjuk untuk menguji teori dan penelitian ini akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak, Sugiyono (2011:11). Metode verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang keempat, yaitu pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3.1.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:59) variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen/bebas (X), yang merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Y).

Variabel dependen/terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Suasana toko dan kualitas layanan sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Adapun penjabaran operasionalisasi variabel penelitian ini seperti pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Suasana Toko (X ₁) ‘Salah satu <i>marketing mix</i> dalam gerai yang berperan penting dalam memikat pembeli, membuat mereka nyaman dalam memilih barang belanjaan, dan mengingatkan mereka produk apa yang ingin dimiliki baik untuk keperluan pribadi, maupun untuk keperluan rumah tangga’. Hendri Ma’ruf (2010:201)	<i>Store exterior</i>	Daya tarik gedung bagian luar	Tingkat daya tarik gedung bagian luar	Ordinal
		Kejelasan papan nama	Kejelasan papan nama toko	Ordinal
		Luas bangunan	Tingkat keluasan bangunan toko	Ordinal
		Fasilitas parkir	Ketersediaan fasilitas parkir	Ordinal
		Keamanan	Tingkat keamanan kendaran konsumen	Ordinal
	<i>General interior</i>	Daya tarik warna dinding toko	Tingkat daya tarik warna dinding toko	Ordinal
		Pencahayaan ruang	Tingkat pencahayaan ruangan toko	Ordinal
		Keramahan karyawan	Keramahan karyawan pada konsumen	Ordinal
		Kebersihan t	Kebersihan di dalam dan diluar toko	Ordinal
	<i>Store layout</i>	Keragaman produk	Keragaman jenis kue yang dijual	Ordinal
		Penataan	Penataan produk yang dijual	Ordinal

		Fasilitas	Kelengkapan fasilitas toko	Ordinal	
		Pengelompokan produk	Pengelompokan jenis kue yang dijual	Ordinal	
		<i>Interior display</i>	Tanda petunjuk produk	Kejelasan tanda petunjuk lokasi kue	Ordinal
			Tanda gambar <i>special event</i>	Kejelasan tanda gambar <i>special event</i> tertentu seperti tahun baru	Ordinal
		Media pembungkus barang	Penggunaan media pembungkus kue yang dijual	Ordinal	
<p>Kualitas Pelayanan (X_2)</p> <p>Terjadinya penyerahan, proses dan adanya performa atau kualitas yang dapat dirasakan oleh pengguna</p> <p>Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, and D.D. Gremler (2013:15)</p>	<i>Availability of service</i> (Ketersediaan layanan)	Kemudahan mendapatkan produk	Tingkat kemudahan mendapatkan produk	Ordinal	
			Kemudahan mendapatkan informasi produk	Ordinal	
	<i>Responsibility of service</i> (Daya tanggap)	Kesigapan karyawan	Keinginan karyawan membantu konsumen	Ordinal	
			Kesigapan karyawan membantu konsumen	Ordinal	
	<i>Reliability of service</i> (Keterandalan)	Kecepatan	Kecepatan waktu pelayanan	Ordinal	
			Kesesuaian pelayanan yang dijanjikan	Ordinal	
	<i>Completeness of service</i> (Kelengkapan)	Kesediaan memberikan pelayanan	Kesediaan karyawan memberikan pelayanan yang lengkap	Ordinal	
	<i>Professionalism</i> (Profesionalisme Karyawan)	Kesopanan dan rasa hormat	Tingkat kesopanan dan rasa hormat pada konsumen	Ordinal	
			Tingkat keramahan pada konsumen	Ordinal	
	<p>Kepuasan Konsumen (Y)</p> <p>Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan.</p> <p>Kotler dan Keller (2012:238)</p>	Kinerja dan harapan	Kepuasan pada suasana toko	Tingkat kepuasan konsumen pada suasana toko kue	Ordinal
				Tingkat kepuasan konsumen pada keragaman kue yang dijual	Ordinal
			Kepuasan pada harga produk	Kepuasan konsumen atas kesesuaian harga dengan variasi kue yang ditawarkan	Ordinal
Kepuasan konsumen atas harga yang ditetapkan				Ordinal	
Kepuasan pada kualitas pelayanan			Kepuasan konsumen atas lokasi toko	Ordinal	
			Kepuasan konsumen atas pelayanan karyawan	Ordinal	
			Kepuasan konsumen atas fasilitas pendukung layanan	Ordinal	

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2011;115). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian ke Toko Amanda Brownies Kukus Jln Ir H. Djuanda Bandung selama bulan September 2016 rata-rata sebanyak 1.150 orang per bulan.

3.2.2. Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2011:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul *representative* (mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah berdasarkan rumus Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2011:78) yaitu :

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

Dimana: n = Jumlah sampel

N = Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidak telitian (10%)

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 1.150 orang, maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel sebagai berikut :

$$n = 1.150 / [1 + 1.150(0,1)^2] = 92$$

Jadi diketahui dari perhitungan untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 92 responden.

3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan *Teknik Probability Sampling* yaitu teknik yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2011:74). Sedangkan Metode yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Penelitian Lapangan

Merupakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh data primer melalui :

- a) Observasi. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai suasana toko, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di Toko Amanda Brownies Kukus Jln Dago Bandung.
- b) Kuesioner (Angket), yaitu menyebarkan lembar isian pertanyaan kepada responden tentang suasana toko, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di Toko Amanda Brownies Kukus Jln Dago Bandung.

2. Studi Kepustakaan, yaitu mengumpulkan data atau teori pendukung melalui buku-buku tentang Manajemen Pemasaran, tulisan ilmiah maupun catatan kuliah yang ada hubungannya dengan judul dan isi skripsi.

3.5 Metode Analisis yang Digunakan

Pengolahan data dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian yaitu mengetahui iklan dan keputusan pembelian dari sudut pandang konsumen dengan cara mengolah setiap jawaban pertanyaan dari kuesioner yang disebarkan untuk dihitung frekuensinya dan persentasinya, kemudian dianalisa hasil data yang didapat.

Analisis data dalam penelitian statistik deskriptif yaitu berupa penyajian data dapat melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram perhitungan mean, median, modus, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata rata dan standar deviasi, perhitungan prosentase (**Sugiyono, 2011:143**).

Untuk menjawab identifikasi masalah dilakukan penyusunan tabel frekuensi distribusi berdasarkan rata-rata skor totalnya. Kemudian rata-rata skor total tersebut akan dihubungkan dengan skala pengukurannya. Perhitungan yang sama juga akan dilakukan untuk rata-rata skor setiap dimensi dan untuk setiap indikator.

Untuk menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pernyataan dikalikan jumlah responden dengan rumus sebagai berikut :

$$= \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pernyataan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor Rata - rata}$$

Sumber : Umar (2011:98)

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini :

Nilai Tertinggi = 5 Nilai Terendah = 1

Rentang Skor = $\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}}$

$$= \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sumber : Umar (2011:98)

Kategori skala untuk masing-masing variabel dapat ditentukan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kriteria Skor Tanggapan Responden

Interval	Kriteria
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik
1,80 – 2,59	Tidak Baik
2,60 – 3,39	Cukup Baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat Baik

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisioner

Sebelum data diolah dan dianalisis, maka terlebih dahulu harus dilakukan pengujian terhadap kualitas data untuk mengetahui kesungguhan para responden dalam menjawab pertanyaan yakni dengan uji validitas dan reliabilitas.

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah pertanyaan sampai sejauh mana data yang tumpang pada suatu kuisioner dapat diukur apa yang ingin diukur (Husein Umar, 2011: 101). Teknik yang digunakan untuk pengujian validitas menggunakan teknik *Korelasi Person Moment*.

Menurut Sugiyono (2011:124) item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi pula menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Untuk mencari nilai validitas dari sebuah item kita akan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel tersebut. Adapun nilai uji suatu validitas adalah sebagai berikut :

1. Apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup.
2. Apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran didalam mngukur gejala yang ada (Umar, 2011:86) setiap alat pengukuran seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Uji reliabilitas kuesioner dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum AB - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{n \sum A^2 - (\sum A)^2} \sqrt{n \sum B^2 - (\sum B)^2}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi product moment

A = Variabel ganjil

B = Variabel genap

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadrat total skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadrat total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*.

3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah sebuah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2011). Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

b_1, b_2	= Koefisien regresi
X_1	= Suasana Toko
X_2	= Kualitas Pelayanan
ε	= Epsilon

Persamaan di atas menunjukkan hubungan fungsional atau kausal dua variabel independen, yaitu suasana toko dan kualitas pelayanan dengan satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

3.5.3 Analisis Korelasi Ganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas dan variabel tidak bebas secara bersamaan. Adapun rumus statistik yang digunakan antara lain : (Sugiyono, 2011:249)

$$r_{yx} = \sqrt{\frac{JK_{regresi}}{JK_{total}}}$$

Dimana :

$$r_{yx} = \text{Koefisien korelasi ganda}$$

$$JK_{regresi} = \text{Jumlah kuadrat regresi}$$

$$JK_{total} = \text{Jumlah kuadrat total}$$

Dimana ketentuannya sebagai berikut:

$$JK_{reg} = \beta' X'Y - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$JK_{tot} = (Y'Y) - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 3.3 dibawah ini.

Tabel 3.3
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber :Sugiyono (2011:250)

3.6 Rancangan Pengujian Hipotesis

3.6.1 Pengujian Hipotesis Simultan

Pengujian hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis pengganti (H_1), rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0 : b_1, \dots, b_n < 0$: Tidak terdapat pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

$H_1 : b_1, b_2 \geq 0$: Terdapat pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tanggap diterima atau ditolakny hipotesis. Menurut Husein Umar (2011:134), untuk mencari F_{hitung} dengan cara:

$$F_{hitung} = \frac{JK_{regresi} / k}{JK_{regresi} / (n - (k + 1))}$$

Dimana :

k = jumlah variabel bebas

n = jumlah anggota sampel

JK_{regresi} = Jumlah kuadrat

JK_{residu} = Jumlah kuadrat total dikorelasikan dikurangkan jumlah kuadrat

Hasil pengujian (F_{hitung}) dibandingkan dengan F tabel, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) Jika $F_{\text{hitung}} < F$ tabel, maka H_0 diterima
- b) Jika $F_{\text{hitung}} \geq F$ tabel, maka H_0 ditolak

3.6.2 Pengujian Sub Hipotesis

Berdasarkan sub-hipotesis, maka dapat dilakukan pengujian sub hipotesis dengan uji t sebagai berikut :

$H_0 : b_1 < 0$: Tidak terdapat pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen

$H_1 : b_1 \geq 0$: Terdapat pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen

$H_0 : b_2 < 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

$H_1 : b_2 \geq 0$: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Selanjutnya untuk menguji signifikan koefisien korelasi parsial (sub hipotesis) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut : (Husein Umar, 2011:134).

$$t_1 = \frac{\beta_i}{\sqrt{RJK_{\text{residu}} \cdot C_{ii}}}$$

Dimana:

β_i = Koefisien regresi ke-1

RJK_{residu} = Rata-rata jumlah kuadrat residu = $JK_{\text{residu}}/(n-(k+1))$

C_{ii} = Nilai matrik invers ke-ii

Apabila pengujian telah dilakukan dan telah diketahui hasilnya, maka hasil pengujian tersebut t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dan F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Untuk t hitung positif :
 - a. Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak.
 - b. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima.
2. Untuk t hitung negatif :
 - a. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak.
 - b. Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima.

3.7 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa persentase (%) besarnya pengaruh variabel X terhadap Y, biasanya dinyatakan dengan persentase.

Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$Kd = r_{xy}^2 \times 100\%$$

Dimana :

Kd = seberapa jauh perubahan variabel terikat

r_{xy}^2 = kuadrat koefisien korelasi ganda

Besarnya pengaruh parsial dari kedua variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dapat dicari dengan cara mengalikan beta dengan *zero order* sebagai berikut :

a. $r^2_{x1} = \beta_1 \times \text{zero order}$

b. $r^2_{x2} = \beta_2 \times \text{zero order}$