

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode merupakan salah satu cara yang ditempuh untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan tujuan dari penelitian adalah mengungkapkan, menggambarkan, menyimpulkan hasil pemecahan masalah melalui cara tertentu sesuai dengan prosedur penelitiannya. Metode penelitian ini akan mengarahkan penelitian pada tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif dan Verifikatif. Menurut Sugiyono (2014-35), mengatakan “penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan variabel satu sama lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Sedangkan penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis, yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Penelitian deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor satu sampai tiga. Pertama, bagaimana tanggapan konsumen mengenai keragaman produk di distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung. Kedua, Bagaimana tanggapan konsumen mengenai store atmosphere di distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung. Ketiga, bagaimana kepuasan konsumen di Distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung.

Metode verifikatif digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan menjawab rumusan masalah nomor empat yaitu seberapa besar pengaruh keragaman produk dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen di Distro Yesterday Plaza Parahyangan Kota Bandung. Mengingat sifat penelitian adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka peneliti melakukan teknik observasi pada objek penelitian, teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian, Juliansyah Noor (2012:140).

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X1) yaitu keragaman produk, variabel (X2) yaitu store atmosphere, dan (Y) yaitu kepuasan konsumen. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terikat atau merupakan salah satu penyebab.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

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 kesimpulan. Sugiyono (2012:58)

berdasarkan judul penelitian, maka dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang digunakan yaitu, keragaman produk, store atmosphere dan kepuasan konsumen.

1. Variabel Independen merupakan variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sugiyono (2012:59). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keragaman produk (X_1) dan store atmosphere (X_2).

a. Keragaman Produk X_1

Keragaman produk menurut Kotler dan Keller (2013:358) adalah sebagai berikut “*A product mix (also called a product assortment) is the set of all products and items a particular seller offers for sale*”.

b. Store Atmosphere X_2

Pengertian Store Atmosphere didefinisikan menurut Kotler dan Keller (2012 : 177) *Store Atmosphere* merupakan unsur senjata lain yang dimiliki toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar didalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan. Toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli.

2. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang terjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sugiyono (2012:59). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y) Menurut Kotler & Keller, yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:138) bahwa kepuasan

konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrument penelitian. Setelah itu melanjutkan analisis ini untuk mencari hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang diteliti, yaitu keragaman produk (X1), store atmosphere (X2) dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y). Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala ordinal, sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No angket
Keragaman produk (X1) <i>“A product mix (also called a product assortment) is the set of all product and items a particular seller offers for sale”</i> Kotler dan Keller (2013:358)	Lebar bauran produk	Perbedaan jenis produk yang dijual	Tingkat perbedaan jenis produk yang dijual	Ordinal	1
		Kelengkapan lini produk dibandingkan perusahaan sejenis	Tingkat kelengkapan lini produk dibandingkan perusahaan sejenis	Ordinal	2
	Panjang bauran produk	Total produk yang dijual dalam bauran	Tingkat total produk yang dijual dalam bauran	Ordinal	3
		Kelengkapan produk setiap lini	Tingkat kelengkapan produk setiap lini	Ordinal	4

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No angket	
	Kedalaman bauran produk	Jenis varian yang ditawarkan masing-masing produk	Tingkat jenis varian yang ditawarkan masing-masing produk	Ordinal	5	
		Tersedianya produk pelengkap	Tingkat tersedianya produk pelengkap	Ordinal	6	
	Konsistensi bauran produk	Kemudahan mendapatkan produk	Tingkat kemudahan mendapatkan produk	Ordinal	7	
		Ketersediaan produk yang dijual	Tingkat kesediaan produk yang dijual	Ordinal	8	
	<i>Store atmosphere(X2)</i> “Store atmosphere merupakan unsur senjata lain yang dimiliki toko. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar – putar di dalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan. Toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Kotler and Keller (2012:177)	Eksterior	Keluasan distro	Tingkat Keluasan distro	Ordinal	9
			Kejelasan papan nama distro	Tingkat kejelasan papan nama distro	Ordinal	10
			Keluasan pintu masuk distro	Tingkat keluasan pintu masuk distro	Ordinal	11
			Keunikan desain distro	Tingkat keunikan desain distro	Ordinal	12
Kenyamanan tempat distro			Tingkat kenyamanan tempat distro	Ordinal	13	
General interior		Kenyamanan desain lantai distro	Tingkat kenyamanan desain lantai distro	Ordinal	14	
		Warna pencahayaan distro	Tingkat warna pencahayaan distro	Ordinal	15	

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No angket	
		Kesejukan suhu ruangan distro	Tingkat kesejukan ruangan distro	Ordinal	16	
		Kebersihan ruangan distro	Tingkat kebersihan ruangan distro	Ordinal	17	
		Keluasan distro	Tingkat keluasan distro	Ordinal	18	
	Store layout	Keteraturan tata letak	Tingkat keteraturan tata letak	Ordinal	19	
	Interior display	Kemenarikan tema distro	Tingkat kemenarikan tema distro	Ordinal	20	
		Kemenarikan dekorasi ruangan	Tingkat kemenarikan dekorasi ruangan	Ordinal	21	
		Kemudahan tanda penunjuk	Tingkat kemudahan tanda penunjuk	Ordinal	22	
	Kepuasan konsumen (Y) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller alih bahasa Bob Sabran, 2012:138)	Kinerja	Kinerja pada keragaman produk	Tingkat kepuasan konsumen pada keragaman produk yang ada di distro Yesterday	Ordinal	23
			Kinerja pada store atmosphere	Tingkat kepuasan konsumen pada kinerja store atmosphere distro Yesterday	Ordinal	24

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No angket
	Harapan	Harapan pada keragaman produk	Tingkat harapan konsumen pada keragaman produk distro Yesterday	Ordinal	25
		Harapan pada store atmosphere	Tingkat harapan konsumen pada store atmosphere distro Yesterday	Ordinal	26

Sumber : Olah data oleh peneliti 2017

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam melakukan penelitian memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu peneliti dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian. Untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2013:148) 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 adalah konsumen di Distro Yesterday Plaza Parahyangan.

Tabel 3.2
Jumlah Pengunjung Yang Membeli Produk Distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung 2016

Bulan	Tahun 2016
Januari	142
Februari	139
Maret	181
April	178
Mei	189
Juni	360
Juli	372
Agustus	253
September	155
Oktober	141
Nopember	138
Jumlah	2248
Rata-Rata	204

Sumber : Distro Yesterday

3.3.2 Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2012:62) 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 dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul *representatif* (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 :

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

Dimana : n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

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

Populasi: (N) = 3.933 orang dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 10% maka jumlah sampel (n) adalah:

$$n = \frac{204}{1 + 204 (0,1)^2}$$

$$n = 67$$

3.3.3 Teknil Sampling

Dalam pengambilan sampel terdapat teknik untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2013:116) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2013:120), "*nonpropability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak diberi

peluang/kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. *Nonprobability sampling* terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, *sampling incidental*, sampling jenuh, dan *snow ball sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental*, menurut Sugiyono (2013:122) “*sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ialah teknik atau cara - cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data Sugiyono (2013:223). Dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data maka teknik pengumpulan data yang akan dipergunakan dalam melakukan penelitian ini diantaranya :

1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survey lapangan yang ada hubungan dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari :

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab langsung dengan pemilik Distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen di distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai Keragaman Produk, Store Atmosphere dan Kepuasan Konsumen di Distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung.

2. Studi Kepustakaan (*library research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu *literature – literature*, buku – buku seperti jurnal, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3.5 Metode Analisis yang digunakan

Dalam penelitian ini metode analisis data yang akan dipakai adalah metode kuantitatif. Karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah

mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafah positivism. Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sugiyono (2012 : 12).

3.5.1 Uji Validitas dan Realibilitas

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuisisioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Karena validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel, maka untuk itu, penulis juga akan melakukan kedua uji ini terhadap instrumen penelitian (kuisisioner).

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2008 : 172), hasil penelitian dikatakan valid apabila kesamaan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur itu valid). Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Mencari nilai validitas dari semua item, kita akan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total item-item dari variabel tersebut. Item-item tersebut jika korelasinya sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi apabila nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasinya penulis menggunakan rumus *Pearseon Product Moment*. Sugiyono (2012 : 284) dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i x_{tot} - \sum x_i (\sum x_{tot})}{\sqrt{n\sum x_i^2 - \sum x_i \{n\sum X^2_{tot} - \sum x_{tot}^2\}}}$$

dimana :

r = Koefisien Korelasi Product moment

n = Jumlah Sampel

$\sum x_i$ = Jumlah Skor suatu item

$\sum x_{tot}$ = Jumlah total jawaban

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

$\sum x_{tot}^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

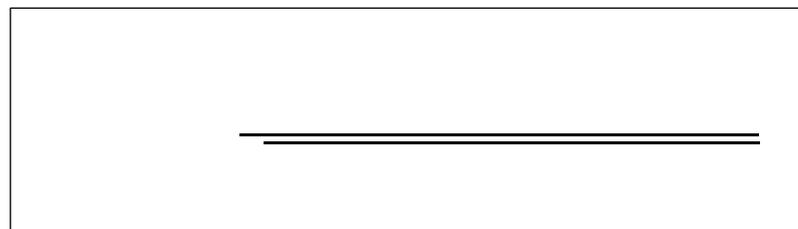
$\sum x_i x_{tot}$ = jumlah pperkalian skor jawaban dengan total skor

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas diterjemahkan dari kata reliability yang berarti hal yang dapat dipercaya. Sebuah tes dikatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi jika tes tersebut memberikan data hasil yang tetap walaupun diberikan pada waktu yang berbeda kepada responden yang sama. Hasil tes yang tetap atau seandainya

berubah maka perubahan itu tidak signifikan maka tes tersebut dikatakan reliabel. Maka dari itu reliabilitas sering disebut dengan keterpercayaan, keterandalan, ketetapan, kestabilan dan sebagainya. Reliabilitas menyangkut masalah ketepatan alat ukur.

1. Memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2013:110) “Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Penelitian ini menggunakan metode *Split Half* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *Spearman Brown*, de Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan kelompok genap.
3. Korelasi total skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus



4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut:

$$r = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi

r_b = korelasi produk moment antara belahan pertama dan kedua batas realibilitas minimal 0,7

Setelah dapat dinilai reabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrument dikatakan *reliable*, sebaliknya jika $r_{hitung} <$ dari tabel maka instrument tersebut dikatakan *tidak reliable*.

3.6 Metode Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Pertama peneliti melakukan pengumpulan data, kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diteliti. Alat yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dalam skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana

alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif. Seperti tertera pada tabel yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Dengan Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1. SS (SangatSetuju)	5
2. S (Setuju)	4
3. KS (KurangSetuju)	3
4. TS (Tidak Setuju)	2
5. STS (SangatTidakSetuju)	1

Sumber : Sugiyono (2012:137)

Pada Tabel 3.3 dapat dilihat bahwa jawaban dan bobot skor untuk item-item instrument pada pertanyaan dalam kuesioner. Bobot skor ini hanya memudahkan saja bagi responden dalam menjawab pertanyaan dari kuesioner.

3.6.1 *Method of Succeshive Interval (MSI)*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuisisioner, dimana yang asalnya Ordinal dirubah menjadi Skala Interval, karena dalam penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan Skala Interval. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan teknik

Successive Interval Method. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Tentukan dengan tegas (variabel) sikap apa yang akan diukur.
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut sebagai proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (scale Value / SV).

Menentukan nilai transformasi:

$$SV = \frac{\text{Density of Lower Limit} - \text{Density of Upper Limit}}{\text{Area under Upper limit} - \text{Area under Lower Limit}}$$

Menentukan nilai transformasi :

$$Y = SV + K$$

Dimana : $K = 1 + SV \min$

Digunakan dalam penelitian ini untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke dalam skala interval, maka penulis menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS *for windows*.

3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis

menggunakan Analisis Deskriptif atas Variabel Independen dan Dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Tahap analisis dilakukan sampai pada *scoring* dan indeks, dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot nilai (1 sampai 5) frekuensi. Pada tahap selanjutnya indeks dihitung dengan metode *mean*, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Angka indeks tersebut yang menunjukkan kesatuan tanggapan seluruh responden sebagai variabel penelitian.

Nilai Tertinggi = 1 Nilai Terendah = 5

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skor} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

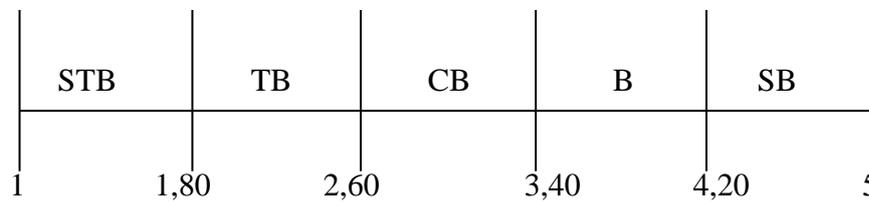
Sumber : Husein Umar (2011:98)

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.

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Tidak Baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak Baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Cukup Baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat Baik

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Sumber : Husein Umar (2011:98)

Keterangan garis kontinum :

6. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Kurang
7. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Kurang
8. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Cukup Baik
9. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik
10. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat Baik

3.6.3 Analisis Verifikatif

Penelitian Verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keragaman produk (X_1) dan store atmosphere (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang akan digunakan seperti Analisis Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi berikut adalah penjelasannya.

3.6.3.1 Metode Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk (X_1) dan store atmosphere (X_2) terhadap kepuasan konsumen ($.Y$). Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\boxed{}$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (kepuasan)

a = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien regresi brand personality

b_2 = Koefisien regresi emotional value

X_1 = Variabel bebas (keragaman produk)

X_2 = Variabel bebas (store atmosphere)

Untuk mendapatkan nilai a , b_1 dan b_2 , dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum Y = a + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

Setelah a , b_1 dan b_2 didapat, maka akan diperoleh persamaan Y .

3.6.3.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel tak terikat dan variabel terikat secara bersamaan. Adapun rumus

statistiknya yang penulis sajikan sebagai berikut :

$$R = \frac{\dots}{\dots}$$

Keterangan : R = Koefisien korelasi ganda

JK_{Reg} = Jumlah kuadrat

JK_{total} = Jumlah kuadrat total dikorelasikan.

Untuk mencari JK_{Reg} dihitung dengan menggunakan rumus :

$$= b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Dimana :

$$\sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{\sum X_1 (\sum Y)}{N}$$

$$\sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{\sum X_2 (\sum Y)}{N}$$

Mencari $\sum Y^2$ menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\dots$$

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$

yaitu:

a. $R = -1$, berarti terdapat pengaruh linear negatif antara X dan Y

sempurna negatif

- b. $R = 0$, berarti tidak terdapat pengaruh linear
- c. $R = 1$, berarti ada pengaruh linear antara X dan Y. Sempurna positif.

(Sugiyono, 2012:182)

Interprestasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel – variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2013) seperti tertera pada Tabel 3.4 yang penulis sajikan sebagai berikut :

Tabel 3.4
Interprestasi 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 (2013:184)

Berdasarkan tabel 3.4 menjelaskan mengenai interprestasi terhadap kuatnya hubungan korelasi berpedoman pada pendapat oleh Sugiyono (2013:184).

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel X_1 , X_2 , (Variabel Independen) terhadap variabel Y (Variabel Dependen). Untuk melihat berapa besar pengaruh variabel X_1 , X_2 , terhadap Y, biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%). Berikut rumus Koefisien Determinasi, sebagai berikut :

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi (Seberapa besar perubahan variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel X)

R^2 = Besarnya Koefisien Korelasi Ganda

Kriteria untuk analisis Koefisien Determinasi yang penulis sajikan pada halaman selanjutnya :

- a. Jika KD mendekati (0), berarti pengaruh variabel *Independent* terhadap *dependent* lemah.
- b. Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel *independent* terhadap *dependent* kuat.

3.6.3.4 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien Determinasi Parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh secara parsial per sub variabel keragaman produk (X1) dan store atmosphere (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y), maka dapat diketahui dengan cara mengkalikan nilai *standardized coefficients beta* dengan *correlations (zero order)*, yang mengacu pada hasil perhitungan dengan menggunakan *software SPSS for window*. Rumus Koefisien Determinasi yang dikemukakan oleh Gujarati (2006:172) adalah sebagai berikut :

$$KD = \beta \times \text{zero order} \times 100\%$$

Keterangan :

β = Beta (*nilai standardized coefficients*)

Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

$K_d = 0$, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah.

$K_d = 1$, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat.

3.7 Uji Hipotesis Simultan dan Parsial

Pengujian hipotesis yang di maksud dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh keragaman produk X_1 dan store atmosphere X_2 terhadap kepuasan konsumen (Y) baik secara Simultan maupun Parsial. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterimajika bener. Uji hipotesis ini dirumuskan dengan Hipotesis nol (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a), rumus Hipotesisnya sebagai berikut.

3.7.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan secara keseluruhan yaitu melalui variabel independent terhadap variabel dependent. Hipotesi yang dikemukakan dapat dijabarkan oleh penulis yang akan disajikan pada halaman selanjutnya.

1. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y
2. $H_a : \beta_1 \text{ \& } \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y

Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu $\alpha = 0,1$.

Nilai F_{hitung} dicari dengan rumus :

$$F_{hitung} = \frac{R^2/K}{1 - R^2 (n - K - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel independent

n = Jumlah anggota sampel

Selanjutnya hasil hipotesis F_{hitung} dibandingkan dengan F_{hitung} dengan ketentuan, sebagai berikut :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

3.7.2 Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel independent yang satu dengan variabel dependent, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji T dilaksanakan dengan membandingkan nilai T_{tabel} nilai T_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficient*. Berikut ini adalah langkah – langkah dengan menggunakan uji T :

a. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) :

$H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh antara variabel keragaman produk X_1 terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_a : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh antara variabel keragaman produk X_1 terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh antara variabel store atmosphere X_2 terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_a : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh antara variabel store atmosphere X_2 terhadap kepuasan konsumen (Y).

b. Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 0,1$

Nilai T_{hitung} dicari dengan rumus :

$$t = r \frac{\sqrt{n - k - 1}}{1 - r^2}$$

Keterangan : n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

t = Statistik uji korelasi

Selanjutnya, nilai T_{hitung} dibandingkan dengan T_{tabel} dan ketentuannya, sebagai berikut :

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak

3.8 Rancangan Kuisisioner

Kuisisioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuisisioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel keragaman produk, store atmosphere terhadap kepuasan konsumen yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

3.9 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Distro Yesterday (Survey pada konsumen Distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung) Lt. 4 Blok R. 4.20. Jl. Dalem Kaum. Penelitian yang dilakukan oleh penulis dimulai pada tanggal 21 September sampai dengan 21 Nopember 2016 di Distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung.

