

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan, sedangkan tujuan dari penelitian adalah mengungkapkan, menggambarkan, menyimpulkan hasil pemecahan masalah melalui cara tertentu sesuai dengan prosedur penelitiannya. Metode penelitian akan mengarahkan penelitian pada tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2013:3) mendefinisikan metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dan kegunaan tertentu

Penulisan laporan penelitian ini menggunakan metode survey dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan keberadaan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data yang penting dalam penelitian. Pada rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut (Sugiyono, 2013:12) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Dalam penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama, kedua, dan ketiga, dimana rumusan masalah pertama yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai *store atmosphere* Kantinnasion The Panasdalam Cafe. Kedua bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga Kantinnasion The

Panasdalam Cafe serta bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada Kantinnasion The Panasdalam Cafe. Metode penelitian verifikatif menurut (Sugiyono, 2013:11) adalah metode yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara setiap variabel independen dan dependen yang kemudian diuji menggunakan analisis hipotesis. Pada penelitian ini, metode verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah keempat yaitu seberapa besar pengaruh *store atmosphere* dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Kantinnasion The Panasdalam Cafe baik secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel

Pada sub-bab ini penulis akan menjelaskan tentang pengertian masing-masing variabel. Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu pengaruh *store atmosphere* dan harga terhadap kepuasan konsumen di Kantinnasion The Panasdalam Cafe, masing-masing variabel didefinisikan dan dibuat operasionalisasi variabelnya. Operasionalisasi variabel menjelaskan tentang variabel penelitian, konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran dan skala ukur. Yang berguna sebagai bahan pembuatan kuesioner penelitian kepada konsumen.

3.2.1 Definisi Variabel

Menurut Sugiyono (2013:96) Variabel penelitian merupakan suatu hal dalam bentuk apapun yang ditetapkan oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian dapat dibagi menjadi dua yaitu :

1. Variabel Independen/Bebas

Menurut Sugiyono (2013:59) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Berikut adalah variabel-variabel independen dalam penelitian ini :

a. *Store Atmosphere* (X1)

Menurut Kotler dan Keller (2013 : 384) *Store atmosphere the reseller's product. Retailers want to create a unique store experience The Store atmosphere is another important element in, one that suits the target market and moves customer to buy*".

b. Harga (X2)

Pengertian harga Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151) yaitu :
"Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut."

2. Variabel Dependen/Terikat

Menurut Sugiyono (2013:59) variabel devenden/terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y). Menurut Kotler dan Keller alih bahasa Benyamin Molan (2012:144) menyatakan : "Kepuasan pelanggan

merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan”. Dimana jika tingkat kinerja perusahaan yang menawarkan produk/jasa diatas harapannya, maka konsumen atau pelanggan akan merasa puas dan begitupun sebaliknya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional variabel merupakan pedoman bagi pembuatan kuisisioner guna memperoleh data yang akurat dari responden. Penelitian ini terdiri dari 3 variabel pokok yaitu *Store Atmosphere* (X1) dan Harga (X2) sebagai variabel bebas/independent dan Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel terikat.

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian. Agar lebih jelas tentang operasional variabel maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Store Atmosphere</i> (X1) <i>the reseller's product. Retailers want to create a unique store</i>	Bagian depan toko	Fasilitas parkir yang memadai	Tingkat fasilitas parkir yang memadai	Ordinal	1
		Daya tarik desain toko yang unik	Tingkat daya tarik desain toko yang unik	Ordinal	2

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
<p><i>experience The Store atmosphere is another important element in, one that suits the target market and moves customer to buy</i>".</p> <p>Menurut Kotler dan Amstrong (2013 : 384)</p>	Bagian dalam toko	Warna cat kafe menarik	Tingkat warna cat kafe menarik	Ordinal	3	
		Suhu ruangan kafe sejuk	Tingkat suhu ruangan kafe sejuk	Ordinal	4	
		Kesesuaian tata cahaya ruangan	Tingkat kesesuaian tata cahaya ruangan	Ordinal	5	
		Kebersihan kafe memberikan kenyamanan	Tingkat kebersihan kafe memberikan kenyamanan	Ordinal	6	
	Tata letak toko	Kemenarikan tampilan menu kafe	Tingkat kemenarikan tampilan menu kafe	Ordinal	7	
		Keteraturan penempatan perabotan kafe rapih	Tingkat keteraturan penempatan perabotan kafe rapih	Ordinal	8	
	Harga (X2)	Keterjangkauan harga	Harga produk yang ditawarkan	Tingkat harga produk yang ditawarkan	Ordinal	9
			Harga produk sesuai dengan minat beli konsumen	Tingkat harga produk sesuai dengan minat beli konsumen	Ordinal	10
Kesesuaian harga dengan kualitas produk		Harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang diharapkan konsumen	Tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang diharapkan konsumen	Ordinal	11	
<p>“Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki</p>						

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
atau menggunakan produk atau jasa tersebut.” Kotler dan Armstrong (2013:151)		Harga yang ditawarkan didukung dengan keragaman produk	Tingkat harga yang ditawarkan didukung dengan keragaman produk	Ordinal	12
	Daya saing harga	Harga lebih terjangkau dibandingkan dengan pesaing	Tingkat harga lebih terjangkau dibandingkan dengan pesaing	Ordinal	13
		Harga diskon yang ditawarkan	Tingkat harga diskon yang ditawarkan	Ordinal	14
Kepuasan (Y) “Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan”. Kotler dan Keller (2012:177)	Kinerja	Kepuasan atas cita rasa produk	Tingkat kepuasan atas cita rasa produk.	Ordinal	15
		Kepuasan atas suasana	Tingkat kepuasan atas suasana	Ordinal	16
		Kepuasan atas keragaman produk	Tingkat kepuasan atas keragaman produk	Ordinal	17
	Harapan	Kepuasan atas harga	Tingkat kepuasan atas harga	Ordinal	18
		Kepuasan atas pelayan petugas	Tingkat kepuasan atas pelayan petugas	Ordinal	19
		Kepuasan atas kemudahan akses untuk berkunjung ke kafe	Tingkat kepuasan atas kemudahan akses untuk berkunjung ke kafe	Ordinal	20

Sumber : Data yang diolah oleh peneliti, 2017

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah penelitian maka bagian populasi saja yang digunakan dalam penelitian dan proses tersebut dinamakan sampel.

3.3.1 Populasi

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 Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*. Berikut data pengunjung hasil wawancara tersebut yang penulis sajikan.

Tabel 3.2
Data Pengunjung Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* di bulan Desember 2016

Tahun	Bulan	Jumlah Pengunjung	Keterangan
2016	Maret	4456	-
2016	April	4873	(+) 417
2016	Mei	4667	(-) 206
2016	Juni	3982	(-) 685
2016	Juli	3744	(+) 238
2016	Agustus	4129	(+) 385
2016	September	4258	(+) 129

Tahun	Bulan	Jumlah Pengunjung	Keterangan
2016	Oktober	3788	(-) 470
2016	November	3230	(-) 558
Jumlah		37.127 orang	
Rata-rata		37.127:8 = 4.641	

Sumber : Manajer Kantinnasion The Panasdalam Cafe

Berdasarkan Tabel 3.2 pada halaman sebelumnya, maka jumlah populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung Kantinnasion The Panasdalam Cafe pada bulan Maret 2016 hingga November 2016 yang berjumlah 37.127 orang dengan rata-rata sebanyak 4.641 orang.

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) = 4.641 orang dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 10%
maka jumlah sampel (n) adalah:

$$n = \frac{4.641}{1 + 4.641(0,1)^2}$$

$$n = 97,890 \approx 100 \text{ responden}$$

Sampel yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *teknik probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *probability* yang digunakan yaitu dengan *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2013:118).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa teknik. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya 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 kepada *manager*, karyawan dan konsumen Kantinasion The Panasdalam *Cafe*. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabannya (Sugiyono, 2013:135). Potensi, yaitu kekuatan atau atraksi fisik suatu objek.

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 *store atmosphere*, harga dan kepuasan konsumen pada Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*.

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 perpustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu *literature-literature*, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Penelitian yang dilakukan di Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* ini, metode analisis data yang dipakai adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.5.1 Uji Validitas dan Uji reliabilitas

Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

Untuk mengetahui validitas dan realibilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Karena validitas dan realibilitas 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 (kuesioner).

3.5.1.1 Uji Validitas

Validitas adalah sejauh mana suatu alat ukur itu menunjukkan ketepatan dan kesesuaian. Menurut Sugiyono (2012:348), validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrument itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkolerasikan antara skor butir dengan skor total. Instrumen yang valid berarti

instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan bisa disebut tepat. Menurut **Sugiyono (2012:348)** metode kolerasi yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah kolerasi *pearson product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

Sumber : Sugiyono (2012:348)

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien r product moment.
- r = Koefisien validitas item yang dicari.
- x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item.
- y = Skor total instrument.
- n = Jumlah responden dalam uji instrument.
- $\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X.
- $\sum Y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y.
- $\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variable Y
- $\sum X^2$ = jumlah kuadrat pada masing-masing skor X
- $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar mengambil keputusan :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)

- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Apabila nilai korelasi (r hitung) di atas 0,3 maka dapat dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi (r hitung) di bawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid atau tidak valid.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel *Store Atmosphere* (X_1)

X_1			
Item	r. hitung	r. tabel	Keterangan
1	0,623	0,3	Valid
2	0,656	0,3	Valid
3	0,659	0,3	Valid
4	0,766	0,3	Valid
5	0,745	0,3	Valid
6	0,784	0,3	Valid
7	0,662	0,3	Valid
8	0,705	0,3	Valid

Hasil: Hasil olah data penulis, 2017

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2)

X_2			
Item	r. hitung	r. table	Keterangan
1	0,570	0,3	Valid
2	0,681	0,3	Valid
3	0,713	0,3	Valid
4	0,701	0,3	Valid
5	0,765	0,3	Valid
6	0,471	0,3	Valid

Hasil: Hasil olah data penulis, 2017

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Y			
Item	r. hitung	r. tabel	Keterangan
1	0,751	0,3	Valid
2	0,673	0,3	Valid
3	0,736	0,3	Valid
4	0,764	0,3	Valid

Hasil: Hasil olah data penulis, 2017

Berdasarkan Tabel 3.3, 3.4, 3.5 di atas dan pada halaman sebelumnya, maka dapat dilihat kuesioner mengenai variabel *store atmosphere*, harga dan kepuasan konsumen yang telah disebarakan oleh penulis kepada 100 responden, hasil pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid dikarenakan nilai r.hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r.tabel yaitu sebesar 0,3. Hal ini dapat diartikan bahwa seluruh item pernyataan yang diberikan kepada responden sudah tepat untuk mengukur variabel *store atmosphere* (X_1), harga (X_2) dan kepuasan konsumen (Y).

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan yang tidak memenuhi maka tidak perlu diteruskan untuk diuji reliabilitas.

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (**Sugiyono, 2013:173**). Instrumen yang memiliki reliabilitas dapat digunakan untuk mengukur secara berkali-kali sehingga menghasilkan data yang sama (konsisten). Menurut **Sugiyono (2013:173)**, bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Untuk menguji reliabilitasnya digunakan metode (*split half*), item-item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item genap, kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Sebelum uji reliabilitas terlebih dahulu dicari kolerasinya dengan rumus :

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

Sumber : Sugiyono (2013:186)

Dimana:

r = Koefisien kolerasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

Koefisien kolerasinya dimasukan kedalam rumus sebagai berikut yang penulis sajikan pada halaman selanjutnya :

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Sumber : Sugiyono (2013:186)

Dimana :

r = Nilai reliabilitas

rb = Korelasi pearson product moment antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_{hitung}), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata.

Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel,

Bila $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r. hitung	r. tabel	Keterangan
<i>Store Atmosphere</i> (X_1)	0,864	0,7	Reliabel
Harga	0,705	0,7	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,751	0,7	Reliabel

Hasil: Hasil olah data penulis, 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 3.6 di atas, diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas instrument penelitian untuk variabel *store atmosphere* harga dan kepuasan konsumen lebih besar dari 0,7 yang artinya seluruh variabel dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan. Karena uji validitas dan uji

reliabilitas dinyatakan valid dan reliable, maka instrument (kuesioner) layak untuk digunakan.

3.6 Rancangan Analisis Data

Metode Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent (X_1, X_2) terhadap variabel dependent (Y).

Hipotesis yang digunakan untuk mengetahui hubungan seluruh variabel secara simultan atau bersama-sama menggunakan uji F dan untuk mengetahui hubungan variabel secara terpisah atau parsial menggunakan uji T. 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. Pengumpulan data bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif ini menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2013:93) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan baik bersifat favorable (positif) ataupun bersifat unfavorable (negatif). Seperti tertera pada tabel berikut.

Tabel 3.7
Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
1. SS (Sangat Setuju)	5	1
2. S (Setuju)	4	2
3. KS (Kurang Setuju)	3	3
4. TS (Tidak Setuju)	2	4
5. STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Sugiyono (2013:93)

Pada Tabel 3.7 dapat dilihat jawaban dan 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 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut : Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-petanyaan (kuesioner/angket). Dimana *store atmosphere* (variabel X_1), harga

(variabel X_2) dan kepuasan konsumen (variabel Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

Setiap pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (*item* positif) atau tidak mendukung pernyataan (*item* negatif). Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel di atas (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert.

Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya peneliti membuat garis kontinum.

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

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

Nilai tertinggi = 1

Nilai terendah = 5

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{ST} - \text{SR}}{\text{K}}$$

$$r = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

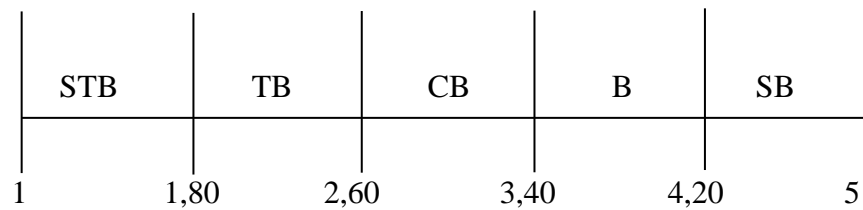
Sumber: Husein Umar (2002:98)

Dimana :

r = Rentang/skala

SR = Skor jawaban terendah

ST = Skor jawaban tertinggi K = Kategori



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Sumber : Sugiyono (2013 : 350)

Keterangan garis kontinum :

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

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2013:54), analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau hipotesis ditolak. Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode yang penulis sajikan pada halaman selanjutnya :

3.6.2.1 Metode Analisis Regresi

Metode analisis regresi adalah salah satu metode untuk menentukan hubungan sebab-akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya, dimana :

$X_1 = \text{Store Atmosphere}$

$X_2 = \text{Harga}$

$Y = \text{Kepuasan Konsumen}$

Persamaan regresi menggambarkan hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis (Juanim, 2004:22). Analisis ini dinyatakan dengan persamaan pada halaman selanjutnya:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Kepuasan konsumen

a = Bilangan konstanta

β_1, β_2 = Koefisien atau garis arah

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Produk

Untuk mendapatkan nilai a , β_1 , dan β_2 dapat menggunakan rumus berikut:

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

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

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

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

3.6.2.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan korelasi antara variabel penelitian yaitu *Store atmosphere* (X_1), Harga (X_2), Kepuasan Konsumen (Y). Korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda dengan rumus :

$$R = \sqrt{\frac{JK_{reg}}{JK_{Total}}}$$

Dimana : R = Koefisien Korelasi ganda

$JK_{(reg)}$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Z$ = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Mencari $JK_{(reg)}$ dihitung dengan menggunakan rumus :

$$JK_{(reg)} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

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 :

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}$$

Berdasarkan nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh dapat dihubungkan $-1 < R < 1$, Sedangkan untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut :

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan

variabel Y semua positif sempurna.

2. Apabila $R = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan Y negatif sempurna.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan Y
4. Apabila nilai R berada diantara -1 dan 1, maka tanda (-) menyatakan adanya korelasi tak langsung antara korelasi negative dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Tabel 3.8
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 – 1,00	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2013:184)

Pada Tabel 3.8 di atas, menjelaskan mengenai interprestasi terhadap kuatnya hubungan korelasi berpedoman pada pendapat oleh Sugiyono (2013:184).

3.6.2.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya. Analisis koefisien determinasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

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

Dimana:

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Besarnya koefisien korelasi berganda

Kriteria untuk analisis Koefisien Determinasi sebagai berikut:

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

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien Determinasi Parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh secara parsial per sub variabel harga (X1) dan kualitas produk (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 :

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

Dimana:

β = Beta (*nilai standardized coefficients*)

Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila:

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

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

3.7 Uji Hipotesis Simultan dan Parsial

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), rumus hipotesisnya sebagai berikut.

3.7.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap terikat. Mencari F hitung dengan cara menggunakan rumus pada halaman selanjutnya:

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

Dimana:

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

- K = Banyaknya variabel bebas
- n = Ukuran sampel
- F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}
- $(n - K - 1)$ = Derajat kebebasan

Setelah mendapatkan nilai F_{hitung} ini, kemudian dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 yang mana akan diperoleh suatu hipotesis dengan syarat:

1. Jika angka sig. $\geq 0,05$ maka H_0 tidak ditolak
2. Jika angka sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau tidak, adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah pada halaman selanjutnya.

1. $H_0 : \beta_1, \beta_2, = 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. $H_a : \beta_1, \beta_2, \neq 0$ Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 0,05$ artinya kemungkinan dari hasil penarikan kesimpulan adalah benar mempunyai probabilitas sebesar 95% atau toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 5% dan derajat kebebasan $df = n - k - 1$. Adapun kriteria yang digunakan adalah:

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Bila H_0 diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel

independen secara simultan terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan. Sedangkan penolakan H_0 menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara simultan terhadap suatu variabel dependen.

3.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian secara individual untuk melihat pengaruh masing-masing variabel sebab terhadap variabel akibat. Untuk pengujian pengaruh parsial dilakukan dengan uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

1. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.

$H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

2. $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.

$H_a : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 5% , dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Kemudian hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_0 ditolak.

Bila H_0 diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan. Sedangkan penolakan H_0 menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara parsial terhadap suatu variabel dependen.

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel *Store atmosphere*, Harga dan kepuasan konsumen, sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel. Kuisisioner ini bersifat tertutup, pernyataan membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan.

3.9 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantinasion The Panasdalam *Cafe* (Survey pada Konsumen Kantinasion The Panasdalam *Cafe*) yang terletak Jalan Ambon No. 8 Bandung Jawa Barat – Indonesia. Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Desember 2016 sampai dengan Februari 2017.