

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. Menurut (Sugiyono 2013:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2013:35) metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih variabel (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan variabel satu sama lain. Metode ini ditunjukkan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah bagaimana persepsi konsumen tentang harga di Cafe Cofindo di Bandung, bagaimana persepsi konsumen tentang suasana cafe di Cafe Cofindo di Bandung dan bagaimana persepsi konsumen tentang kepuasan konsumen di Cafe Cofindo di Bandung.

Metode penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2013:35) adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Metode ini pada dasarnya menguji hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data lapangan, dalam penelitian ini metode verifikatif untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah Seberapa besar pengaruh harga dan

suasana cafe terhadap kepuasan konsumen di Cafe Cofindo di Bandung baik secara parsial dan simultan.

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. 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

Penelitian ini ada tiga variabel yang akan diteliti penulis, yaitu variabel X_1 , X_2 , dan variabel Y. Variabel-variabel tersebut sebagai berikut:

1. Harga variabel independen (X_1)

Jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau layanan, jumlah dari nilai-nilai yang pelanggan pertukaran untuk manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Kotler dan Armstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2012:314).

2. Suasana Cafe sebagai variabel independen (X_2)

“Suasana Cafe meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal cafe, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, pajangan barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli”. Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2011:528).

3. Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen (Y)

“Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/pesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk/jasa dan harapan-harapannya”. Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:128).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penulis melakukan pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrument penelitian. Setelah itu mungkin peneliti melanjutkan analisis untuk mencari hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya, dalam penelitian ini ada tiga variabel yang diteliti, yaitu Harga (X_1), Suasana Cafe (X_2) dan Kepuasan Konsumen (Y). Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala ordinal. Berikut ini operasionalisasi variabelnya:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
<p>Harga (X_1)</p> <p>Jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau layanan, jumlah dari nilai-nilai yang pelanggan pertukaran untuk manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.</p> <p>Kotler & Armstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabran 2012:314)</p>	Harga yang dipersepsikan	Kererjangkauan Harga	Tingkat keterjangkauan harga	Interval	1
		Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Tingkat daya saing harga	Interval	2
	Harga yang di refrensikan	Kesesuaian harga dengan harga	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas	Interval	3
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat	Interval	4

<p>Suasana café (X₂)</p> <p>“Suasana cafe meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, pajangan barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli”.</p> <p>Berman dan Evan yang dialih bahasakan Lina Salim (2011:528)</p>	<p><i>Eksterior</i> (Bagian depan café cofindo)</p>	Bangunan luar café cofindo menarik	Tingkat ketertarikan bangunan luar café cofindo	Interval	1
		Logo café cofindo menarik	Tingkat ketertarikan logo café cofindo	Interval	2
	<p><i>General interior</i> (Bagian dalam café cofindo)</p>	Pencahayaan ruangan	Tingkat pencahayaan ruangan	Interval	3
		Pemeliharaan kebersihan dalam café cofindo	Tingkat pemeliharaan kebersihan dalam café cofindo	Interval	4
		Pengaturan suhu udara	Tingkat pengaturan suhu udara	Interval	5
		Intensitas aroma pewangi ruangan	Tingkat intensitas aroma pewangi ruangan	Interval	6
		Ketersediaan hiburan (musik)	Tingkat ketersediaan hiburan music	Interval	7
	<p><i>Store layout</i> (Tata letak café cofindo)</p>	Kerapihan pengelompokan menu	Tingkat kerapihan pengelompokan menu	Interval	8
		Intensitas arus pengunjung	Tingkat kemudahan transportasi	Interval	9
	<p><i>Interior display</i> (Penataan café cofindo)</p>	Ketersediaan papan petunjuk	Tingkat ketersediaan papan petunjuk dalam ruangan	Interval	10
		Keberadaan poster	Tingkat keberadaan poster	Interval	11
<p>Kepuasan Konsumen (Y)</p> <p>“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/pesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk/jasa dan harapan-</p>	<p><i>Performance</i> (Kinerja)</p>	Persepsi kinerja	Tingkat persepsi kinerja	Interval	1
		Persepsi kenyataan suasana café cofindo	Tingkat persepsi kenyataan suasana café cofindo	Interval	2
	<p><i>Expectation</i> (Harapan)</p>	Kesesuaian harapan harga	Tingkat kesesuaian harapan harga	Interval	3

harapannya”.		Kesesuaian harapan tampilan suasana café cofindo	Tingkat kesesuaian harapan tampilan suasana café cofindo	Interval	4
Kotler dan Keller yang dialih bahasakan Bob Sabran (2012:128)					

Sumber : Kutipan Jurnal

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan, sedangkan sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diteliti.

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2013:72) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian di café cofindo Bandung. Dimana penelitian ini dilakukan selama 1 bulan untuk pengambilan jumlah konsumen yaitu pada tanggal 7 Mei – 28 Mei dengan jumlah konsumen sebagai berikut:

Tabel 3.2
Jumlah Populasi

Hari	Jumlah Konsumen
7 Mei 2017	59
14 Mei 2017	54
21 Mei 2017	50
28 Mei 2017	43
Jumlah	206 konsumen

Sumber: Hasil Observasi Penulis

Berdasarkan hasil observasi selama 1 bulan di café cofindo diketahui bahwa jumlah konsumen yang melakukan pembelian produk yaitu sebanyak 206 konsumen.

3.3.2 Sampel

Sampel (Sugiyono, 2013:116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan yang dilakukan untuk populasi, oleh karena itu untuk sampel yang di ambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). Cara menentukan ukuran sampel dengan metode slovin, sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Jadi :

$$n = \frac{206}{1 + 206 (0,1)^2}$$

$$n = 67,3 \text{ Responden}$$

Jadi (N) = 206 responden, sedangkan (n) = 67 responden (dibulatkan).

3.4 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling (*Probability Sampling*). Teknik *random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-

sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Random sampling* disebut juga dengan pengambilan sampel secara rambang/acak, yaitu pengambilan sampel tanpa pilih/pandang bulu, yang didasarkan atas prinsip matematis yang telah teruji dalam praktek. Teknik ini dipandang sebagai teknik sampling paling baik dalam penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan keterangan yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, yaitu:

1. Studi kepustakaan

Yaitu dengan memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang ada kaitannya dibidang manajemen sumber daya manusia yang berhubungan dengan objek penelitian.

2. Studi lapangan

Yaitu mencari dan memperoleh data dari instansi dan para pegawai sebagai responden yang penulis teliti.

a. Observasi

Yaitu melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung di distro.

b. Wawancara

Yaitu dengan cara mengadakan wawancara dengan pemilik distro yang mempunyai wewenang yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti sekaligus menjadi objek penelitian.

c. Kuesioner

Yaitu cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dipersiapkan secara tertulis dengan menyebarkan angket dan disertai dengan alternatif jawaban yang akan diberikan kepada responden pada saat jam kerja.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan 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.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui sah tidaknya instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti (Imam Ghazali, 2010).

Cara untuk mencari nilai validitas dari sebuah item adalah dengan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel tersebut, apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid. Metode korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XiYi - \sum Xi (\sum Yi)}{\sqrt{n \sum Xi^2 - \sum Xi^2 \{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Setelah angka korelasi diketahui, kemudian dihitung nilai t dari r dengan rumus:

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

Setelah itu, dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti data tersebut signifikan (valid) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, berarti data tersebut tidak signifikan (tidak valid) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Pernyataan-pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitasnya.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul *Item-Total Statistic*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari *Corrected item-Total Correlation* > 0,30. Sugiyono, (2013:124).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2013:121) mengemukakan bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Cara menguji reliabilitas yaitu dengan menggunakan metode *Split half*. Hasilnya bisa dilihat dari nilai *Correlation Between Forms*. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel atau membandingkannya dengan nilai *cut off point* 0,3 maka reliabel jika $r > 0,3$. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel. Pengujian reabilitas dengan *Alpha Cronbach* bisa dilihat dari nilai *Alpha*, jika nilai *Alpha* > dari nilai r_{tabel} yaitu 0,7 maka dapat dikatakan reliabel. Sugiyono, (2013:121).

3.7 Metode Analisis Data

Pengolahan data menggunakan perhitungan statistik regresi berganda berdasarkan hasil perolehan data dari jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan.

Metode kuantitatif ini menggunakan skala likert. Skala likert menurut sugiyono (2010:93) 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). Setiap jawaban

responden akan dinilai dengan arah pernyataan sebagai berikut yang dapat ditunjukkan pada tabel 3.2 dibawah ini :

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban pertanyaan	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
1. SS (sangat setuju)	5	1
2. S (setuju)	4	2
3. N (Netral)	3	3
4. TS (Tidak Setuju)	2	4
5. STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber : Sugiyono (2010:93)

Pada tabel 3.3 di atas dapat dilihat 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.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Menurut Sugiyono (2013:53) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Variabel penelitian ini yaitu harga, suasana cafe dan kepuasan pelanggan.

Hasil penyebaran kuesioner tersebut selanjutnya dicari rata-ratanya dengan menggunakan rumus dari Husein Umar (2011:130)

$$\text{Nilai rata-rata} = \frac{\sum (\text{frekuensi} * \text{bobot})}{\sum \text{frekuensi}}$$

Σ sampel (n)

Setelah rata-rata skor dihitung, maka untuk mengkategorikan mengklasifikasikan kecenderungan jawaban responden kedalam skala dengan formulasi sebagai berikut:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

Lebar Skala = 5-1

$$\frac{\quad}{5} = 0,75$$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

Tabel 3.4
Tafsiran Nilai Rata-rata

Interval	Kriteria
1,00 - 1,75	Sangat Tidak Baik
1,76 - 2,50	Tidak Baik
2,51 - 3,25	Kurang Baik
3,26 - 4,00	Cukup Baik
4,25 - 4,50	Sangat Baik

Sumber: Husein Umar (2011:130)

3.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013:55). Metode ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Berikut ini merupakan beberapa pengujian yang akan digunakan dalam analisis verifikatif.

3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel X_1 (harga) dan X_2 (suasana cafe) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen).

Rumus yang digunakan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan konsumen

α = Konstanta

b_1 - b_2 = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Harga

X_2 = Suasana cafe

e = Standar error / variabel pengganggu

3.7.2.2 Analisis Korelasi Ganda

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana derajat kekuatan hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Pada penelitian ini korelasi ganda terdapat tiga variabel, yaitu antara variabel harga (X_1), suasana cafe (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui kuatnya hubungan antara variabel X dan Y atau mungkin kontribusi X terhadap Y. Algifari (2010:14) mendefinisikan korelasi sebagai derajat hubungan yang terjadi antara satu variabel dengan variabel lainnya. Imam Ghozali (2006:173) juga menyebutkan bahwa uji korelasi digunakan untuk mencari besarnya hubungan dan arah hubungan variabel yang satu dengan variabel lainnya. Analisis korelasi ganda dirumuskan sebagai berikut:

$$R_{y(1,2)} = \frac{\beta_1 \sum X_1 Y + \beta_2 \sum X_2 Y}{\sum Y^2}$$

Patokan untuk memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan itu, maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera di bawah ini:

Tabel 3.5
Interpretasi Terhadap 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 (2013:246)

Hasil perhitungan korelasi dapat negatif atau positif maka koefisien dibatasi antara -1 sampai 1. Bila nilai koefisien korelasi negatif berarti kedua variabel tersebut saling terbalik.

3.7.2.3 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan.

1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Uji F dilaksanakan dengan langkah membandingkan dari F_{hitung} dan F_{tabel} . Nilai F_{hitung} dapat dilihat

dari hasil pengolahan data bagian ANOVA. Hipotesis statistik yang diajukan sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1) :

$H_0: b_1 \text{ \& } b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga (X_1) dan suasana cafe (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_1: b_1 \text{ \& } b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga (X_1) dan suasana cafe (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

- b. Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu $\alpha = 0,05$. Selanjutnya hasil hipotesis F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

2. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji T digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilaksanakan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} . Nilai t_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficients*. Berikut ini adalah langkah-langkah dengan menggunakan uji t :

- a. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1) :

$H_0: b_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

H1: $b_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

H0: $b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel suasana cafe (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

H1: $b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel suasana cafe (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

b. Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 0,1$. Nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dan ketentuannya sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H0 ditolak, H1 diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H0 diterima, H1 ditolak.

3.7.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y) baik secara simultan dan parsial.

1. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis koefisien determinasi simultan digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi. Menurut Sugiyono (2013:292), rumus untuk menghitung koefisien determinasi yaitu:

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

Keterangan :

K_d = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial, Imam Ghozali (2006:175). Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu:

$$Kd = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

B = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila:

Kd = 0, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah.

Kd = 1, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, tinggi.

3.7 Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di café cofindo Kota Bandung yang berlokasi di Jl. Hasanudin No.26, LebakGede, Coblong Kota Bandung.

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel harga, suasana cafe, dan kepuasan konsumen sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Semua pernyataan kuesioner berjumlah 18 yang terdiri dari harga yang berjumlah

4 pernyataan, suasana cafe yang berjumlah 11 pernyataan dan kepuasan konsumen yang berjumlah 4 pernyataan. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana jawabannya dibatasi atau sudah ditentukan oleh penulis.