

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 (2017:2) mendefinisikan bahwa : “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan tujuan dan kegunaan tertentu.” Sedangkan secara umum penelitian mempunyai tujuan yang bersifat penemuan, pembuktian, dan pengembangan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan metode penelitian verifikatif.

Menurut Sugiono (2017:35) definisi metode penelitian deskriptif adalah sebagai berikut : “Metode penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri).” Metode deskriptif digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis rumusan masalah yang pertama yaitu bagaimana tanggapan konsumen terhadap lokasi Infinito Culinary. Kedua bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Infinito Culinary. Ketiga, bagaimana tanggapan konsumen terhadap suasana toko di Infinito Culinary. Dan keempat, bagaimana tanggapan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Infinito Culinary.

Metode penelitian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2013:11) adalah sebagai berikut : “Metode penelitian verifikatif adalah suatu penelitian

yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah status hipotesis diterima atau ditolak.” Metode penelitian verifikatif digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis rumusan masalah kelima yaitu seberapa besar pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap loyalitas pelanggan di Infinito Culinary.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan aspek yang penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel maka peneliti dapat melakukan pengolahan data yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), suasana toko (X_3), dan loyalitas pelanggan (Y). Variabel-variabel tersebut kemudian di operasionalisasi berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Operasionalisasi variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari, hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dan mengukurnya. Tanpa operasionalisasi variabel, akan mengalami kesulitan dalam menentukan pengukuran hubungan antar variabel yang masih bersifat konseptual.

3.2.1 Variabel Penelitian

Definisi dari variabel penelitian yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:38) menyatakan bahwa : “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

kesimpulannya.“ Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel penelitian ini dapat dibedakan menjadi variabel independen dan variabel dependen.

3.2.1.1 Variabel Independen

Variabel independen menurut Sugiyono (2017:39) adalah : “Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).” Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel independen adalah lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan suasana toko (X_3). Definisi dari variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Lokasi (X_1)

Berdasarkan definisi lokasi menurut Lupiyoadi (2013:157), Tjiptono (2015:345), dan Hurriyanti (2015:56) maka peneliti sampai pada pemahaman bahwa lokasi pada dasarnya adalah tempat yang dipilih berdasarkan keputusan yang diambil oleh pihak perusahaan untuk menjalankan usahanya yang dimana tempat tersebut perusahaan akan beroperasi dan menjalankan usahanya. Dalam penelitian ini variabel lokasi dapat diukur dengan mengacu pada dimensi lokasi yang terdiri dari akses, visibilitas, lalu lintas, dan tempat parkir.

2. Kualitas Pelayanan (X_2)

Berdasarkan definisi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithmal, dan Berry yang dikutip oleh Sudarso (2016:57) , Tjiptono (2014:268), dan Kotler dan Keller (2016:422) maka peneliti sampai pada pemahaman bahwa kualitas

pelayanan adalah perbandingan melalui suatu proses evaluasi dimana persepsi konsumen terhadap pelayanan yang di dapatkan dan dirasakan dibandingkan dengan pelayanan yang telah mereka harapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan dapat diukur dengan mengacu pada dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, serta empati.

3. Suasana Toko (X_3)

Berdasarkan definisi suasana toko menurut Levy&Weitz dalam jurnal Cindy Juwita Dessyana (2013:846), M. Ma'Ruf Amin (2014:204), dan Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2014:528) maka peneliti sampai pada pemahaman bahwa suasana toko adalah perencanaan suasana yang akan ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan target pasarnya yang dilakukan untuk menghasilkan efek emosional konsumen sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam penelitian ini variabel suasana toko dapat diukur dengan mengacu pada dimensi yang terdiri dari bagian depan toko, bagian dalam toko, tata letak toko, dan pemajangan informasi.

3.2.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen menurut Sugiyono (2017:39) adalah : “Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.” Variabel dependen penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y). Berdasarkan definisi loyalitas pelanggan menurut Giffin yang dikutip oleh Sangadji dan Shopiah (2013:104), Tjiptono (2014:393), dan Kotler dan Keller (2016:153) maka peneliti sampai pada pemahaman bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan

terhadap suatu merek, toko, ataupun pemasok yang tercermin atau ditunjukkan dengan perilaku positif yaitu melakukan pembelian ulang yang berkelanjutan tanpa terpengaruh pemasaran yang dilakukan oleh pesaing. Dalam penelitian ini variabel loyalitas pelanggan dapat diukur dengan mengacu pada dimensi loyalitas pelanggan yang terdiri dari melakukan pembelian secara teratur, melakukan pembelian disemua lini produk atau jasa, merekomendasikan produk lain, dan menunjukkan kekebalan dari pesaing.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan dalam sebuah penelitian sebagai petunjuk agar peneliti dapat mengetahui bagaimana caranya untuk dapat mengukur suatu variabel yang diteliti dan juga memudahkan peneliti untuk dapat mengetahui dan menganalisa variabel tersebut sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Untuk melakukan pengukuran terhadap setiap variabel baik variabel independen maupun variabel dependen diperlukan operasionalisasi variabel penelitian. Dengan operasionalisasi variabel penelitian maka setiap konsep yang ada harus dibuat dengan menjelaskan dimensi variabel, indikator variabel, ukuran variabel, dan skala variabel tersebut. Penelitian ini terdiri dari empat variabel yang akan diteliti, yaitu variabel lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan suasana toko (X_3) sebagai variabel independen, serta loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel dependen. Agar lebih jelas tentang operasionalisasi variabel, berikut ini merupakan penjelasan mengenai dimensi variabel, indikator variabel, ukuran variabel, dan skala variabel yang disusun oleh peneliti untuk mengetahui dan menganalisa hal-hal yang terkait dalam suatu variabel terhadap variabel lain :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
<p>Lokasi (X₁)</p> <p>Lokasi pada dasarnya adalah tempat yang dipilih berdasarkan keputusan yang diambil oleh pihak perusahaan untuk menjalankan usahanya yang dimana tempat tersebut perusahaan akan beroperasi dan menjalankan usahanya</p> <p>Lupiyoadi (2013:157) Tjiptono (2015:345) Hurriyanti (2015:56)</p>	Akses	Kemudahan dijangkau kendaraan pribadi	Tingkat kemudahan dijangkau kendaraan pribadi	Interval	1
		Ketersediaan alternatif transportasi umum	Tingkat ketersediaan alternatif transportasi umum	Interval	2
		Lokasi Infinito Culinary strategis	Tingkat kestrategisan lokasi Infinito Culinary	Interval	3
	Visibilitas	Kemudahan melihat lokasi Infinito Culinary dengan jelas	Tingkat kemudahan melihat lokasi Infinito Culinary dengan jelas	Interval	4
		Kemudahan menemukan lokasi Infinito Culinary	Tingkat kemudahan menemukan lokasi Infinito Culinary	Interval	5
	Lalulintas	Arus lalulintas	Tingkat arus lalu lintas	Interval	6
		Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas menuju lokasi Infinito Culinary	Tingkat kepadatan dan kemacetan lalu-lintas menuju lokasi Infinito Culinary	Interval	7
	Tempat parkir	Keamanan tempat parkir	Tingkat keamanan tempat parkir	Interval	8
		Kenyamanan tempat parkir	Tingkat kenyamanan tempat parkir	Interval	9

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
<p>Kualitas Pelayanan</p> <p>Kualitas pelayanan adalah perbandingan melalui suatu proses evaluasi dimana persepsi konsumen terhadap pelayanan yang di dapatkan dan dirasakan dibandingkan dengan pelayanan yang telah mereka harapkan sebelumnya</p> <p>Parasuraman, Zeithmal, dan Berry yang dikutip oleh Sudarso (2016:57) Tjiptono (2014:268) Kotler dan Keller (2016:422)</p>	Berwujud	Penampilan fasilitas fisik	Tingkat penampilan fasilitas fisik	Interval	11
		Peralatan yang dimiliki Infinito Culinary	Tingkat peralatan yang dimiliki Infinito Culinary	Interval	12
		Kerapihan penampilan karyawan	Tingkat kerapihan penampilan karyawan	Interval	13
		Kenyamanan ruang tunggu	Tingkat kenyamanan ruang tunggu	Interval	14
	Kehandalan	Kemampuan karyawan untuk melakukan pelayanan	Tingkat kemampuan karyawan untuk melakukan pelayanan	Interval	15
		Keakuratan atau ketepatan karyawan dalam memberikan pelayanan	Tingkat keakuratan atau ketepatan karyawan dalam memberikan pelayanan	Interval	16
		Kesesuaian dalam melakukan pelayanan	Tingkat kesesuaian dalam melakukan pelayanan	Interval	17
	Ketanggapan	Kecepatan pelayanan	Tingkat kecepatan pelayanan	Interval	18
		Kecekatan pelayanan	Tingkat kecekatan pelayanan	Interval	19
		Ketanggapan karyawan dalam menghadapi keluhan	Tingkat ketanggapan karyawan dalam menghadapi keluhan	Interval	20

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
		Ketanggapan karyawan dalam menangani kebutuhan pelanggan	Tingkat ketanggapan karyawan dalam menangani kebutuhan pelanggan	Interval	21
	Jaminan dan Kepastian	Kemampuan karyawan dalam memberi kepercayaan kepada pelanggan	Tingkat kemampuan karyawan dalam memberi kepercayaan kepada pelanggan	Interval	22
		Keamanan dalam bertransaksi	Tingkat keamanan dalam bertransaksi	Interval	23
		Kesopanan dan keramahan karyawan	Tingkat kesopanan dan keramahan karyawan	Interval	24
		Keinginan karyawan untuk membantu pelanggan	Tingkat keinginan karyawan untuk membantu pelanggan	Interval	25
		Kemampuan komunikasi karyawan	Tingkat kemampuan komunikasi karyawan	Interval	26
	Empati	Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan pelanggan	Tingkat kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan pelanggan	Interval	27
		Kemampuan karyawan memahami kebutuhan pelanggan	Tingkat kemampuan karyawan memahami kebutuhan pelanggan	Interval	28

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
<p>Suasana Toko</p> <p>Suasana toko adalah perencanaan suasana yang akan ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan target pasarnya yang dilakukan untuk menghasilkan efek emosional konsumen sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian</p> <p>Levy dan Weitz dalam jurnal Cindy Juwita Dessyana (2013:846) M. Ma'Ruf Amin (2014:204) Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2014:528)</p>	Bagian depan toko	Daya tarik bagian depan Infinito Culinary	Tingkat daya tarik bagian depan Infinito Culinary	Interval	29
		Daya tarik papan nama Infinito Culinary	Tingkat daya tarik papan nama Infinito Culinary	Interval	30
		Kejelasan papan nama	Tingkat kejelasan papan nama	Interval	31
		Kebersihan lingkungan sekitar	Tingkat kebersihan lingkungan sekitar	Interval	32
	Bagian dalam toko	Pencahayaan ruangan	Tingkat pencahayaan ruangan	Interval	33
		Intensitas aroma pewangi ruangan	Tingkat intensitas aroma pewangi ruangan	Interval	34
		Ketersediaan hiburan (musik)	Tingkat ketersediaan hiburan (musik)	Interval	35
		Pengaturan suhu udara	Tingkat pengaturuan pengaturan suhu udara	Interval	36
		Pemeliharaan kebersihan ruangan	Tingkat kebersihan ruangan	Interval	37
	Tata letak toko	Alokasi ruangan	Tingkat alokasi ruangan	Interval	38
		Penataan ruangan	Tingkat penataan ruangan	Interval	39
		Pemetaan ruangan	Tingkat pemetaan ruangan	Interval	40

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
		Penataan menu makanan	Tingkat penataan menu makana	Interval	41
		Penempatan meja pembayaran	Tingkat penempatan meja pembayaran	Interval	42
	Pemajangan informasi	Ketersediaan papan petunjuk	Tingkat ketersediaan papan petunjuk	Interval	43
		Keberadaan gambar dan poster	Tingkat keberadaan gambar dan poster	Interval	44
		Kemenarikan pajangan dekorasi ruangan	Tingkat kemenarikan pemajangan dekorasi ruangan	Interval	45
Loyalitas Pelanggan Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, ataupun pemasok yang tercermin atau ditunjukkan dengan perilaku positif yaitu melakukan pembelian ulang yang berkelanjutan tanpa terpengaruh pemasaran yang dilakukan oleh pesaing. Giffin yang dikutip oleh Sangadji dan Shopiah (2013:104) Tjiptono (2014:393) Kotler dan Keller (2016:153)	Melakukan pembelian secara teratur	Kesediaan datang kembali ke Infinito Culinary	Tingkat kesediaan datang kembali ke Infinito Culinary	Interval	46
		Frekuensi pembelian ulang	Tingkat frekuensi pembelian ulang	Interval	47
		Kesediaan pembelian ulang	Tingkat kesediaan pembelian ulang	Interval	48
	Melakukan pembelian disemua lini produk atau jasa	Membeli produk yang bukan menjadi kebutuhan utamanya	Tingkat pembelian produk yang bukan menjadi kebutuhan utamanya	Interval	49
		Hanya membeli produk lini Infinito Culinary	Tingkat pembelian produk lini Infinito Culinary yang lainnya	Interval	50

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
		Kesediaan membeli inovasi produk baru	Tingkat kesediaan pembelian inovasi produk baru	Interval	51
	Merekomendasikan produk lain	Melakukan promosi mengenai produk Infinito Culinary	Tingkat promosi yang dilakukan	Interval	52
		Menyarankan membeli produk Infinito Culinary	Tingkat rekomendasi membeli produk Infinito Culinary	Interval	53
		Menyarankan mengunjungi Infinito Culinary	Tingkat rekomendasi mengunjungi Infinito Culinary	Interval	54
		Kesediaan mengatakan hal-hal positif mengenai Infinito Culinary	Tingkat kesediaan mengatakan hal-hal positif mengenai Infinito Culinary	Interval	55
	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	Tidak tertarik membeli produk di tempat lain	Tingkat ketidaktarikan membeli produk di tempat lain	Interval	56
		Tidak tertarik promosi di tempat lain	Tingkat ketidaktarikan promosi di tempat lain	Interval	57
		Keinginan untuk hanya membeli produk Infinito Culinary	Tingkat keinginan untuk hanya membeli produk Infinito Culinary	Interval	58

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2018

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu peneliti dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel. Sampel pada penelitian diambil dari populasi pada penelitian tersebut dalam pengolahan datanya. Sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit dari populasi yang diperoleh atau dipilih dengan menggunakan metode atau teknik sampling yang ditetapkan dalam penelitian ini.

3.3.1 Populasi

Definisi populasi menurut Sugiyono (2017:80) adalah : “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Dari definisi tersebut dikatakan bahwa populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek tersebut sedangkan yang dimaksud dengan populasi sasaran adalah populasi yang digunakan untuk penelitian. Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek yang diteliti. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen di Infinito Culinary dalam perbulannya dilihat dari pendapatan yang di dapatkan. Berikut ini merupakan jumlah konsumen Infinito Culinary setiap bulannya pada tahun 2017 yang menjadi populasi pada penelitian ini :

Tabel 3.2
Data Jumlah Konsumen Infinito Culinary Tahun 2017

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	752
Februari	1149
Maret	1302
April	1702
Mei	1635
Juni	1266
Juli	1858
Agustus	1604
September	1375
Oktober	1303
November	1252
Desember	1541
Jumlah	16739

Sumber : Infinito Culinary, 2017

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas, maka jumlah populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen Infinito Culinary pada bulan Januari sampai Desember tahun 2017 yang berjumlah 16.739 orang.

3.3.2 Sampel

Definisi sampel menurut Sugiyono (2017:81) adalah : “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Populasi memiliki jumlah yang besar sehingga peneliti menggunakan sampel dari populasi tersebut. Sampel dilakukan karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi dana, waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus betul-betul dapat mewakili populasi. Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2013:86) dalam penelitian tergantung

pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya. Kesimpulannya sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi konsumen Infinito Culinary.

Jumlah anggota sampel yang tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang diinginkan. Semakin besar tingkat kesalahan, maka semakin kecil jumlah sampel yang digunakan dan sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan, maka semakin besar jumlah sampel yang digunakan. 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 :

$$\text{Rumus Slovin : } n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

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

Jumlah populasi yang akan diteliti ditentukan dengan jumlah 16.739 orang. Jadi, dengan menggunakan rumus Slovin dapat diketahui :

$$n = \frac{16739}{1 + 16739(0.1)^2} = \frac{16739}{168.39} = 99.406$$

Berdasarkan perhitungan yang disajikan oleh penulis pada halaman sebelumnya dengan menggunakan rumus Slovin maka dengan populasi konsumen

sebanyak 16.739 konsumen, diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 pelanggan Infinito Culinary dengan batasan toleransi kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, Sugiyono (2017:81) menjelaskan teknik sampling adalah : “Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian.” Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* yang menurut Sugiyono (2017:84) : “*Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.”

Teknik *nonprobability sampling* terdiri dari *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling incidental*, *sampling purposive*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*. Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan *sampling incidental*. Menurut Sugiyono (2017:85) *sampling incidental* adalah : “Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.” Berdasarkan teknik *sampling incidental* yang digunakan dalam menentukan sampel pada penelitian ini, maka siapa saja yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan peneliti dapat dijadikan sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dan instrumen pengumpulan data merupakan faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan. Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode merujuk suatu cara sehingga diperhatikan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamat, tes, dokumentasi, dan sebagainya. Sedangkan instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Karena berupa alat, maka instrumen penelitian dapat berupa lembar cek *list*, kuisisioner (angket terbuka atau tertutup), pedoman wawancara, dan lainnya.

Menurut Sugioyono (2017:137), jika dilihat dari sumber datanya maka pengumpulan data dapat menggunakan :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara, observasi, dan kuisisioner yang disebarkan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi yang ada dalam penelitian ini yaitu konsumen Infinito Culinary.

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada *owner* dan juga manajer Infinito Culinary. Wawancara dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, dan menemukan informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

b. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung di Infinito Culinary.

c. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan atau pernyataan kepada konsumen Infinito Culinary. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan konsumen yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dalam penelitian ini. Bentuk kuisisioner yang dibuat adalah kuisisioner berstruktur, dimana materi pertanyaan atau pernyataan menyangkut tanggapan konsumen mengenai lokasi, kualitas pelayanan, suasana toko, dan loyalitas pelanggan di Infinito Culinary.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan berupa sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan, struktur organisasi, buku, literatur, artikel, serta situs di internet.

a. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari literatur, buku, yang berkaitan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

b. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dengan topik penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang dianggap relevan dengan topik yang diteliti.

c. Internet

Degan mencari data-data pendukung yang berhubungan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan. Data yang diperlukan dapat diperoleh dari berbagai sumber yang dipublikasikan di internet.

3.5 Uji Instrumen

Penelitian yang dilakukan di Infinito Culinary ini, metode analisis data yang dipakai adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:8) metode penelitian kuantitatif adalah : “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.” Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah sejauh mana suatu alat ukur itu menunjukkan ketepatan dan kesesuaian. Menurut Sugiyono (2017:267) validitas adalah : “Derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat

dilaporkan oleh peneliti.” Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen 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 (2017:183) metode kolerasi yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah kolerasi *pearson product moment* dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel independen dan variabel dependen,

dua variabel yang dikorelasikan

X = Skor untuk pernyataan yang dipilih

Y = Skor total

n = Jumlah sampel

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Pengujian telah dilakukan, maka hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dengan keutungan sebagai berikut :

1. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkolerasi

signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Berdasarkan ketentuan tersebut maka apabila nilai kolerasi (r hitung) sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3) maka dapat dikatakan butir item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai kolerasi (r hitung) dibawah 0,3 maka dikatakan butir item tersebut kurang atau tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketetapan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuisisioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuisisioner yang telah dinyatakan valid. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Alpha Cronbach* berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,6. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuisisioner dinyatakan *reliable*. Setelah melakukan uji instrument penelitian, maka tahap selanjutnya adalah memilih metode analisis data yang digunakan dan melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap kuisisioner.

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 untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel dependen (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:147) mengemukakan bahwa : “Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.” Metode yang digunakan adalah hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner atau angket. Dimana lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), suasana toko (X_3), dan loyalitas pelanggan (Y). Dalam penelitian ini setiap pendapat responden dalam kuisisioner diberi nilai dengan skala *semantic differensial*.

Skala *semantic differensial* menurut Sugiyono (2017:97) adalah skala untuk mengukur sikap, hanya bentuknya bukan pilihan ganda maupun *checklist* tetapi tersusun dalam satu garis kontinum dimana jawaban yang sangat positif terletak dibagian kanan garis kontinum, dan jawaban yang sangat negatif terletak dibagian kiri garis kontinum, atau sebaliknya. Responden dapat memilih jawaban dengan rentang jawaban yang positif sampai negatif. Hali ini tergantung pada persepsi responden kepada yang dinilai. Jawaban atas pertanyaan yang ada di kuisisioner sebelum diolah diberikan pembobotan terlebih dahulu. Jawaban kuesioner dengan menggunakan

skala *semantic differential*. Berikut ini bobot atas pilihan jawaban untuk kuisisioner yang diajukan adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skala *Sematic Diffensial*

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju Sekali	7
Sangat Setuju	6
Setuju	5
Cukup Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2017)

Setiap pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel independen dan variabel dependen dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuisisioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala *semantic differential*. Untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlahnya maka selanjutnya peneliti akan membuat garis kontinum.

$$\text{Nilai Jejaring Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat ukur garis kontinum sebagai berikut :

$$\text{Indeks minimum} = 1$$

$$\text{Indeks maksimum} = 7$$

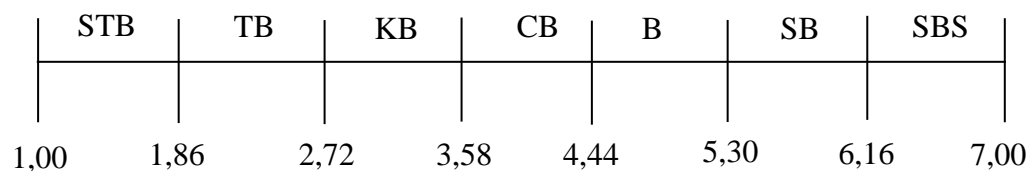
$$\text{Interval} = 7 - 1 = 6$$

$$\text{Jarak interval} = (7 - 1) : 7 = 0,86$$

Tabel 3.4
Kriteria Penilaian

No.	Interval	Kategori
1.	1,00-1,86	Sangat Tidak Baik
2.	1,87-2,72	Tidak Baik
3.	2,73-3,58	Kurang Baik
4.	3,59-4,44	Cukup Baik
5.	4,45-5,30	Baik
6.	5,31-6,16	Sangat Baik
7.	6,17-7,00	Sangat Baik Sekali

Sumber : Sugiyono (2017)



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan metode pengolahan data dalam bentuk angka untuk yang digunakan unntuk memudahkan dalam menguji hipotesis yang telah ditetapkan menurut Sugiyono (2013:11) analisis verifikatif adalah : “Suatu penelitian yang ditunjukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah status hipotesis diterima atau ditolak.” Analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik.

3.6.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2017:188) analisis regresi merupakan : “Suatu alat analisis yang digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel

dependen bila nilai variabel independen dimanipulasi (diubah-ubah).” Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antar variabel tersebut dapat dicirikan melalui model matematik yang disebut dengan model regresi. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti. Pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), suasana toko (X_3), dan loyalitas pelanggan (Y).

Rumus regresi linier berganda yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Loyalitas pelanggan

a = Bilangan konstanta

$b_1b_2b_3$ = Koefisien

X_1 = Lokasi

X_2 = Kualitas pelayanan

X_3 = Suasana toko

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), suasana toko (X_3), dan loyalitas pelanggan (Y). Rumus koefisien ganda adalah:

$$r_{xy} = \sqrt{\frac{JK \text{ regresi}}{JK \text{ total}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi ganda

JK reg = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

JK tot = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Mencari JK regresi dihitung dengan menggunakan rumus :

$$JK_{regresi} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y$$

Dimana :

$$JK_{X_1 Y} = \sum X_1 Y = \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$JK_{X_2 Y} = \sum X_2 Y = \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

$$JK_{X_3 Y} = \sum X_3 Y = \frac{(\sum X_3)(\sum Y)}{n}$$

Mencari JK Y menggunakan rumus sebagai berikut :

$$JK_Y = \sum Y^2 + \frac{\sum Y^2}{n}$$

Berdasarkan nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ yaitu sebagai berikut :

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2, X_3 , dan Y , semua positif sempurna.
2. Apabila $R = -1$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2, X_3 , dan Y , semua negatif sempurna.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi antara variabel X_1, X_2, X_3 , dan Y .

4. Apabila nilai R berada diantara -1 dan 1, maka tanda (-) menyatakan adanya korelasi tak langsung antara korelasi negatif dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Berdasarkan koefisien korelasi yang telah ditemukan berikut ini merupakan pedoman yang dapat digunakan untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi :

Tabel 3.5
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 (2017:184)

Pada Tabel 3.5 di atas, menjelaskan mengenai interpretasi terhadap kuatnya hubungan korelasi antara satu variabel independen terhadap variabel dependen yang berpedoman pada pendapat yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:184).

3.6.2.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat atau tidak terdapat pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap loyalitas pelanggan baik secara simultan maupun parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.6.2.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan uji f bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen (lokasi, kualitas pelayanan, dan suasana toko) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan). Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Rumus uji signifikan koefisien berganda:

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

Keterangan :

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 0,10 yang mana akan diperoleh suatu hipotesis dengan syarat :

1. Jika angka sig. $\geq 0,10$ maka H_0 diterima
2. Jika angka sig. $< 0,10$ maka H_0 ditolak

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau tidak, adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah :

1. $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan suasana toko (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

2. $H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan suasana toko (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 0,10$ artinya kemungkinan dari hasil penarikan kesimpulan adalah benar mempunyai probabilitas sebesar 90% atau toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% dan derajat kebebasan $df = n - k - 1$. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Jika $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ maka H_0 ditolak
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima

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.

3.6.2.3 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk statistik sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan lokasi (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Infinito Culinary.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan lokasi (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Infinito Culinary.

2. $H_0: \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Infinito Culinary.

$H_1: \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Infinito Culinary.

3. $H_0: \beta_3 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan suasana toko (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Infinito Culinary.

$H_1: \beta_3 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan suasana toko (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Infinito Culinary.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan tingkat signifikan 10 %, pengujian uji t dapat dilakukan dengan rumus :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

k(kelas)= Sub variabel

Pengujian telah dilakukan, maka hasil t hitung dibandingkan dengan t tabel, dengan keutungan sebagai berikut :

1. Jika t hitung \geq t tabel maka H_0 ditolak
2. Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima

Bila H_0 diterima, maka hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan. Sedangkan apabila H_0 di tolak hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang

signifikan dari variabel independen secara parsial terhadap suatu variabel dependen.

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%). Rumus koefisien determinasi simultan adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi berganda

Berdasarkan nilai koefisien determinasi yang telah diperoleh, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat melalui kriteria untuk analisis koefisien determinasi yaitu sebagai berikut :

1. Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
2. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.6.2.4.1 Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh secara parsial per sub variabel lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), suasana toko (X_3), terhadap loyalitas pelanggan (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*. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$Kd = \beta \times \text{zero orde} \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

B = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

3.7 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan disalah satu restoran di Kota Bandung yaitu Infinito Culinary. Berdasarkan judul penelitian maka survei dilakukan kepada konsumen Infinito Culinary yang beralamat di Jalan H. Wasid No.11 Bandung.

3.8 Rancangan Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Selain itu, kuisisioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan terbuka atau tertutup dimana jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh penulis. Jumlah kuisisioner ditentukan berdasarkan indikator variabel penelitian. Dengan berpedoman pada skala *semantic differential* dimana setiap jawabannya akan diberikan skor dengan kriteria sebagai berikut :

Sangat Tidak Baik	1	2	3	4	5	6	7	Sangat Baik Sekali
-------------------	---	---	---	---	---	---	---	--------------------

