BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat di dalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2018:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian yang menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Menurut Sugiyono (2017:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Melalui penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi dari rumusan masalah yaitu mengenai tanggapan konsumen atas keragaman produk, *store atmosphere* dan kepuasan konsumen Distro Heaven Kota Bandung.

Selain penelitian deskriptif, penulis pun menggunakan penelitian

verifikatif. Metode verifikatif metode memperlihatkan pengaruh dari variabel-variabel yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak, Sugiyono (2017:11). Penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab perumusan masalah nomor empat, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keragaman produk, *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Distro Heaven Kota Bandung.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X_1) yaitu keragaman produk, variabel (X_2) yaitu *store atmosphere*, dan (Y) yaitu kepuasan konsumen. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terikat atau merupakan salah satu penyebab.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan untuk dipelajari oleh peneliti sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut sebagai upaya untuk memberikan solusi pada permasalahan. Variabel penelitian menurut Sugiyono (2018:38) 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.

Variabel penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu variabel bebas *(independen)* dan variabel terikat *(dependen)*. Menurut Sugiyono (2018:39) variabel bebas *(independen)* adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat *(dependen)*, yang disimbolkan dengan simbol (X). Kemudian variabel terikat *(dependen)* menurut Sugiyono (2018:39) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, yang disimbolkan dengan simbol (Y).

Penelitian ini terdapat dua variabel, yang menjadi variabel bebas yaitu Keragaman Produk (X_1) dan *Store Atmosphere* (X_2), Kepuasan Konsumen (Y) merupakan variabel terikat. Variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. Keragaman Produk X_1

   Keragaman produk menurut James F. Engels yang dikutip oleh Farli Liwe (2013:2109) keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan, juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

2. *Store Atmosphere* X_2

   Pengertian *Store Atmosphere* didefinisikan menurut Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2014:528) suasana toko 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 untuk membeli.

3. Kepuasan Konsumen (Y)

   Pengertian Kepuasan Konsumen menurut Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2014:153) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) yang diharapkannya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini mengukur terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrument penelitian. Setelah itu melanjutkan analisis ini untuk mencari hubungan suatu variabel dengan variabel yang lainnya. Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang diteliti, yaitu Keragaman Produk (X_1), *Store Atmosphere* (X_2) dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen (Y). Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala ordinal, sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Keragaman produk (X_1) Keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut	Lebar bauran produk	Perbedaan jenis produk yang dijual	Tingkat perbedaan jenis produk yang dijual	Interval	1

Tabel Lanjutan 3.1

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan, juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. James F. Engels yang dikutip oleh Farli Liwe (2013:2109)		Kelengkapan lini produk dibandingkan perusahaan sejenis	Tingkat kelengkapan lini produk dibandingkan perusahaan sejenis	Interval	2
	Panjang bauran produk	Kelengkapan produk setiap lini	Tingkat kelengkapan produk setiap lini	Interval	3
	Kedalaman bauran produk	Jenis varian yang ditawarkan masing-masing produk	Tingkat jenis varian yang ditawarkan masing-masing produk	Interval	4
		Tersediany a produk pelengkap	Tingkat tersedianya produk pelengkap	Interval	5
	Konsisten si bauran produk Kotler dan Keller yang dialis bahasakan oleh Bob Sabran (2014:358	Kemudaha n mendapatk an produk	Tingkat kemudahan mendapatka n produk	Interval	6

Tabel Lanjutan 3.1

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	)	Ketersediaan produk yang dijual	Tingkat kesediaan produk yang dijual	Interval	7
***Store atmosphere*(X_2)** *Store atmosphere* adalah Suasana toko 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 untuk membeli. Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2014:528)	Eksterior	Keluasan lingkungan distro	Tingkat keluasan lingkungan distro	Interval	8
		Kejelasan papan nama distro	Tingkat kejelasan papan nama distro	Interval	9
		Keluasan pintu masuk distro	Tingkat keluasan pintu masuk distro	Interval	10
		Keunikan desain distro	Tingkat keunikan desain distro	Interval	11
		Kenyamanan tempat distro	Tingkat kenyamanan tempat distro	Interval	12
	General Interior	Warna pencahayaan distro	Tingkat warna pencahayaan distro	Interval	13
		Kesejukan suhu ruangan distro	Tingkat kesejukan ruangan distro	Interval	14
		Kebersihan	Tingkat	Interval	

Tabel Lanjutan 3.1

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		ruangan distro	kebersihan ruangan distro		15
		Keluasan distro	Tingkat keluasan distro	Interval	16
	Store Layout	Keteraturan tata letak	Tingkat keteraturan tata letak	Interval	17
	Interior Display Berman & Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2014:545)	Kemenarikan tema distro	Tingkat kemenarikan tema distro	Interval	18
		Kemenarikan dekorasi ruangan	Tingkat kemenarikan dekorasi ruangan	Interval	19
		Kemudahan tanda penunjuk	Tingkat kemudahan tanda penunjuk	Interval	20
Kepuasan Konsumen Kepuasan Konsumen merupakan perasaan senang	Kinerja	Kinerja pada keragaman produk	Tingkat kepuasan konsumen pada keragaman produk yang ada di distro	Interval	21

Tabel Lanjutan 3.1

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) yang diharapkannya. Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2014:153)			Heaven		
		Kinerja pada store atmosphere	Tingkat kepuasan konsumen pada kinerja store atmosphere distro Heaven	Interval	22
	Harapan Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2014:153)	Harapan pada keragaman produk	Tingkat harapan konsumen pada keragaman produk distro Heaven	Interval	23
		Harapan pada store atmosphere	Tingkat harapan konsumen pada store atmosphere distro Heaven	Interval	24

Sumber : Olah data oleh peneliti 2018

3.3 Populasi dan Sampel

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

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2018:80). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Distro Heaven Kota Bandung 3 bulan terakhir pada tahun 2017 yang berjumlah 380 pengunjung.

Tabel 3.2
Jumlah Pengunjung Yang Membeli Produk Distro Heaven Kota Bandung 3 Bulan terakhir Pada Tahun 2017

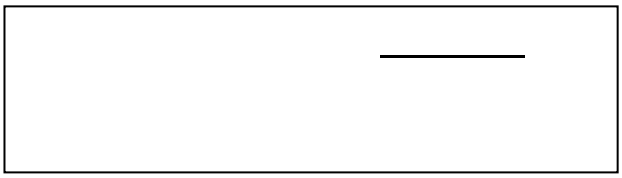
Bulan	Tahun 2017
Oktober	139
November	127
Desember	114
Jumlah	**380**
Rata-rata	**127**

Sumber : Distro Heaven

3.3.2 Sampel

Sampel 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 (2018:81) 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 pengunjung Distro Heaven Kota Bandung.

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 ditunjukan sebagai berikut :



Dimana : n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

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

Rumus : $n = \frac{127}{1+\ 127\ (0{,}1)^2}$

$= \frac{127}{2{,}27}$

= 55,947 = 56 Orang

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 56 orang pengunjung dengan batasan toleransi kesalahan 10%. Jumlah pengunjung tersebut akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian di Distro Heaven Kota Bandung.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiono (2018:81) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok, yaitu probability sampling dan non probability sampling. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability* Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini terdiri dari sampling sistematis,

sampling kuota, sampling aksidental, purposive sampling, sampling jenuh, *dan snow ball sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan sampling insidental, menurut Sugiyono (2018:85) "*sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data".

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data yang dilakukan peneliti pada penelitian ini yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden penelitian. Peneliti tidak perlu memberikan instruksi secara langsung kepada responden penelitian, karena pada kuesioner telah dicantumkan penjelasan cara pengisian kuesioner, sehingga diasumsikan bahwa responden penelitian dapat memahami cara pengisian kuesioner yang benar.

Selain itu, untuk mendapatkan data yang diperlukan guna menunjang penelitian maka dibutuhkan beberapa teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini dapat dikumpulkan teknik-teknik 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. Wawancara

      Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden ataupun pihak perusahaan

dengan tujuan memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti di lokasi penelitian yaitu di Distro Heaven.

b. Kuesioner

Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti secara berstruktur yang dianggap perlu.

c. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2018:145).

2. Studi kepustakaan (*library research)*

Peneliti berusaha untuk memperoleh berbagai informasi sebanyak-banyaknya untuk dijadikan sebagai dasar teori dan acuan dalam mengolah data, dengan cara membaca, mempelajari, menelaah dan mengkaji literatur-literatur berupa buku-buku, jurnal, makalah, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Peneliti juga berusaha mengumpulkan, mempelajari, dan menelaah data-data sekunder yang berhubungan dengan objek yang akan penulis teliti.

3.5 Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Instrumen penelitian yang lazim digunakan dalam

penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian.

Instrumen penelitian dalam metode kuesioner hendaknya disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dijabarkan dalam tabel operasionalisasi variabel sehingga masing-masing pertanyaan yang akan diajukan kepada setiap responden dapat terukur. Data yang telah dijabarkan dalam tabel operasionalisasi variabel yang bersifat kualitatif akan diubah menjadi bentuk kuantitatif dengan pendekatan analisis statistik.

Penulis menggunakan kuesioner tertutup atau jawaban sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberikan alternatif jawaban lain. Indikator-indikator untuk keempat variabel kemudian dijabarkan oleh penulis menjadi sejumlah pertanyaan-pertanyaan sehingga di peroleh data primer.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sugiyono (2018:121) mengemukakan bahwa: “Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapaktkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap

butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Jika koefisien korelasinya sama atau di atas 0,30 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya kurang dari 0,30 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus *Pearson Product Moment* berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\{n\sum Xi^2 - \sum Xi)^2 \ \{n. \ Y^2 - (\sum Yi^2\}}$$

Sumber : Sugiyono (2018:183)

Keterangan :

rxy = Koefisien Korelasi

$\sum x_i$ = Jumlah Skor Item

$\sum y_i$ = Jumlah Skor total (seluruh item)

n = Jumlah Responden

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sugiyono (2018:122) menyatakan penelitian yang reliabel adalah: "...bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda".

Penelitian ini menggunakan metode *Split Half* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian

dilanjutkan dengan pengujian rumus *Spearman Brown*, de Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap. Sugiyono (2018:135).

Rumus Spearman Brown: $\mathbf{r = \frac{2r_b}{1+r_b}}$

Dimana :

r = koefisien korelasi

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

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2018:147) merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

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

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

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Dengan Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1. SS (SangatSetuju)	**5**
2. ST (Setuju)	**4**
3. RG (Ragu-ragu)	**3**
4. TS (Tidak Setuju)	**2**
5. STS (Sangat Tidak Setuju)	**1**

Sumber : Sugiyono (2018:94)

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

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis menggunakan Analisis Deskriptif atas Variabel Independen dan Dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Tahap analisis dilakukan sampai pada *scoring* dan indeks, dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot nilai (1 sampai 5) frekuensi. Pada tahap selanjutnya indeks dihitung

dengan metode *mean,* yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Angka indeks tersebut yangmenunjukkan kesatuan tanggapan seluruh responden sebagai variabel penelitian.

Nilai Tertinggi = 5 Nilai Terendah = 1

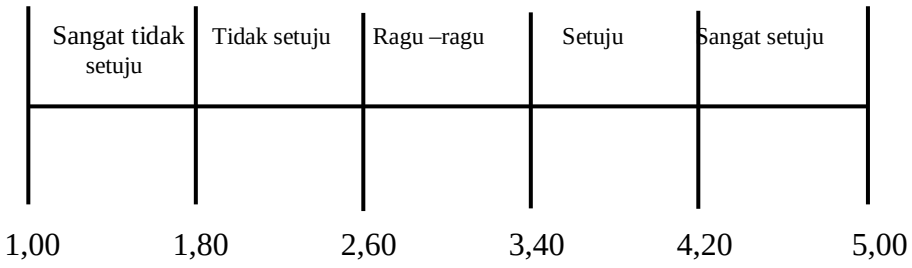
$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}}$$

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

Setelah diketahui skor rata – rata, maka hasil tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata – rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor. Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

a. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Tidak Setuju
b. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak Setuju
c. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Ragu-Ragu
d. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Setuju
e. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat Setuju

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1
Garis Kontinum
Sumber : Sugiyono (2017:95)

3.6.2 Analisis Verifikatif

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

3.6.2.1 *Method of Succeshive Interval* (MSI)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuisioner, dimana yang asalnya Ordinal dirubah menjadi Skala Interval, karena dalam penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan Skala Interval. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan teknik *Succesive Interval Method*. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
2. Untuk setiap petanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
3. Menghitung nilai z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan

memasukkan nilai z pada rumus distribusi normal.

5. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Of Succesive Interval*, dengan rumus :

$$SV = \frac{Density\ at\ lower\ limit\ - (Density\ at\ upper\ limit)}{Area\ under\ upper\ limit\ - (Area\ under\ lower\ limit)}$$

Dimana :

SV(Scala Value)	= rata-rata interval
Density at lower limit	= kepaduan batas bawah
Density at upper limit	= kepaduan batas atas
Area under upper limit	= daerah dibawah batas atas
Area under lower limit	= daerah dibawah batas bawah

6. Menggunakan nilai transformasi (Nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus :

Y = SV + (Nilai Skala + 1)

3.6.2.2 Metode Analisis Regresi Linier Berganda

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (kepuasan)

a = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien regresi brand personality

b_2 = Koefisien regresi emotional value

X_1 = Variabel bebas (keragaman produk)

X_2 = Variabel bebas (store atmosphere)

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

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

$\sum X_1Y = a\sum X_1+b_1\sum X_1+ b_2\sum X_1X_2$

$\sum X_2Y = a\sum X_2+ b_1\sum X_1X_2+ b_2\sum X_2^2$

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

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel tak terikat dan variabel terikat secara bersamaan. Adapun rumus statistiknya yang penulis sajikan sebagai berikut :

$$R = \sqrt{\frac{}{}}$$

Keterangan : R = Koefisien korelasi ganda

JK_{Reg} = Jumlah kuadrat

JK_{total}= Jumlah kuadrat total dikorelasikan.

Untuk mencari JK_{Reg} dihitung dengan menggunakan rumus :

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

Dimana :

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

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

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

Berdasarkan nilai *r* yang diperoleh maka dapat dihubungkan -1 < r < 1 yaitu:

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

b. R = 0, berarti tidak terdapat pengaruh linear

c. R = 1, berarti ada pengaruh linear antara X dan Y. Sempurna positif.

Interprestasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel – variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2018) seperti tertera pada Tabel 3.4 yang penulis sajikan sebagai berikut :\

Tabel 3.4
Interprestasi Koefisien Korelasi

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

Sumber :Sugiyono (2018:184)

Berdasarkan tabel 3.4 menjelaskan mengenai interprestasi terhadap kuatnya hubungan korelasi berpedoman pada pendapat oleh Sugiyono (2018:184).

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

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

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

Keterangan :

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

R^2 = Besarnya Koefisien Korelasi Ganda

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

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

Koefisien Determinasi Parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh secara parsial per sub variabel keragaman produk (X_1) dan store atmosphere (X_2) 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 *softwere SPPS for window.* Rumus Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut :

KD = β x *zero order* x 100%

Keterangan :

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.

3.6.3 Uji Hipotesis

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

3.6.3.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan secara keseluruhan yaitu melalui variabel independent terhadap variabel dependent.

Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan oleh penulis yang akan disajikan pada halaman selanjutnya.

1. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y
2. $H_a : \beta_1$ & $\beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X_1dan X_2 terhadap Y

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

Nilai F_{hitung} dicari dengan rumus :

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel independent

n = Jumlah anggota sampel

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

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H0 ditolak, Ha diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H0 diterima, Ha ditolak.

3.6.3.2 Pengujian Secara Parsial (Uji *T*)

Uji T (Parsial) diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel independent yang satu dengan variabel dependent, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji T dilaksanakan dengan

membandingkan nilai T_{tabel} nilai T_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coeffcient.* Berikut ini adalah langkah – langkah dengan menggunakan uji T :

a. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (Ha) :

   H0 : $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh antara varibabel keragaman produk X_1 terhadap kepuasan konsumen (Y).

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

   H0 : $\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh antara varibabel store atmosphere X_2 terhadap kepuasan konsumen (Y).

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

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

   Nilai T_{hitung} dicari dengan rumus :

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

Keterangan : n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

t = Statistik uji korelasi

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

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H0 ditolak, Ha diterima

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H0 diterima, Ha ditolak

3.7 Rancangan Kuisioner

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

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Distro Heaven (Survey pada konsumen Distro Heaven) Jl. Trunojoyo No.15. Penelitian yang dilakukan oleh penulis dimulai pada tanggal 24 Oktober sampai dengan 24 Desember 2017 di Distro Heaven.