

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian ini akan mengarahkan peneliti pada tujuan tertentu. Penelitian yang akan dilakukan di Cupola. Id , penelitian ini mengambil metode kuantitatif dan melakukan survey. Menurut Sugiono (2017:2) yang dimaksud dengan metode penelitian adalah sebagai berikut :“Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.”

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survey. Menurut Sugiono (2017:7) Metode kuantitatif adalah: “Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode pastivistik karna berlandasan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scintific karna telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/ empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery dengan metode ini ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karna data dan penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.”

Kemudian yang dimaksud dengan survey menurut Sugiono (2017:6) adalah sebagai berikut : “Metode survey merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.”

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian deskriptif menurut Sugiono (2017:147) adalah sebagai berikut : “Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.” Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah pertama yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai suasana *cafe* di Cupola.id, kedua bagaimana tanggapan konsumen mengenai fasilitas fisik pada *cafe* Cupola.id, yang ketiga bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada *cafe* Cupola.id

Sedangkan metode verifikatif menurut Umi Narimawati (2010:29) mendefinisikan sebagai berikut : “Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.” Sedangkan metode verifikatif yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang keempat yaitu seberapa besar pengaruh suasana *cafe* dan fasilitas fisik terhadap kepuasan konsumen di *cafe* Cupola.Id secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi Oprasionalisai Variabel Penelitian

Bagian ini akan menjelaskan mengenai definisi dan ukuran yang digunakan untuk setiap variabel baik variabel independen dan dependen disertai dengan pengukuran dari variabel tersebut untuk kemudian dioperasionalisasikan.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variable penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Berikut penjelasannya. Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:38) adalah sebagai berikut : “Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hasil tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.”

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Menurut Sugiyono (2017: 39) “Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).” Maka dalam penelitian ini ada dua variabel independen yang diteliti diantaranya:

1. Suasana Toko (X_1)

Berdasarkan definisi suasana toko menurut Levy&Weitz dalam jurnal Fatimah, Achmad Fauzi DH, dan Kadarisman Hidayat (2015:3), Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2014:528), dan Chirstina Whidya Utami (2014:279) maka peneliti sampai pada pemahaman bahwa suasana toko (*store atmosphere*)

merupakan karakteristik unik dan berbeda yang dimiliki suatu toko dengan tujuan untuk mengembangkan citra toko, menarik pelanggan agar mengunjungi dan merasakan kenyamanan di toko tersebut yang dapat dilihat dari keberadaan *external* dan *internal* toko dan ditunjukkan melalui karakteristik toko yang dinilai dari segi desain *exterior*, *interior*, pencahayaan, musik, tata letak, aroma dan lain-lain yang dapat dirasakan oleh panca indera. Dalam penelitian ini variabel suasana toko dapat diukur dengan mengacu pada dimensi yang terdiri dari bagian depan toko, bagian dalam toko meliputi (pencahayaan, warna, musik, aroma), tata letak toko, dan pemajangan informasi berupa komunikasi visual

2. Fasilitas Fisik (X_2)

Menurut Sofyan (2013:42), Nirwan (2013:47), dan Mudie dan Pirrie dalam Fandy Tjiptono (2014:161) bahwa fasilitas fisik merupakan suatu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan dengan bentuk asli dari benda yang dapat dilihat dengan nyata yang terdapat pada suatu perusahaan yang meliputi seluruh aspek pendukung fasilitas organisasi yang dapat membantu dan mempermudah jalannya usaha. Dalam penelitian ini variabel fasilitas fisiki dapat diukur dengan menggunakan beberapa dimensi. Menurut Sofyan (2013:42), Nirwan (2013:47), dan Tjiptono (2014:161) dimensi tersebut diantaranya adalah: Bangunan, desain fasilitas, perlengkapan /perabotan, tata cahaya dan warna, seragam pegawai, dan unsur pendukung.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Menurut Sugiyono (2017:39), “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”.

Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35), Sangadji dan Sopiah (2013:181), dan Fandy Tjiptono (2014:368) kepuasan konsumen adalah sebagai suatu tanggapan dan perbandingan konsumen terhadap apa yang telah diterimanya dari suatu produk atau jasa yang telah dibeli, apakah sesuai dengan harapan dan dapat memenuhi keinginan konsumen atau tidak. Dalam penelitian ini variabel kepuasan konsumen dapat diukur dengan menggunakan beberapa dimensi menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35), Sangadji dan Sopiah (2013:181), dan Fandy Tjiptono (2014:368) dimensi tersebut diantaranya adalah: kinerja dan harapan

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam setiap penelitian harus dijelaskan mengenai operasionalisasi variabel. Pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian. Setelah itu melanjutkan analisis untuk mencari hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya. Operasionalisasi variabel ini adalah petunjuk agar peneliti dapat mengetahui bagai mana caranya mengukur suatu

variabel tersebut. Dan juga untuk memudahkan peneliti dalam mengetahui dan menganalisa variabel tersebut maka setiap konsep yang ada harus di buat dengan menjelaskan dimensi variabel, indikator variabel, ukuran variabel dan skala variabel tersebut. Berikut ini disajikan tabel mengenai konsep dan indikator variabel penelitian yang di cantumkan pada tabel 3.1 :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel & konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
Suasana Toko (X_1) Suasana toko (<i>store atmosphere</i>) merupakan karakteristik unik dan berbeda yang dimiliki suatu toko dengan tujuan untuk mengembangkan citra toko, menarik pelanggan agar mengunjungi dan merasakan kenyamanan di toko tersebut yang dapat dilihat dari keberadaan <i>external</i> dan <i>internal</i> toko dan ditunjukkan melalui karakteristik toko yang dinilai dari segi desain <i>exterior</i> , <i>interior</i> , pencahayaan, musik, tata letak, aroma dan lain-lain yang dapat dirasakan oleh panca indera Levy&Weitz dalam jurnal Fatimah, Achmad Fauzi DH, dan Kadarisman Hidayat (2015:3), Berman dan Evan	Bagian depan toko	Daya tarik dan kejelasan informasi di bagian depan cafe (papan nama cafe)	Tingkat daya tarik dan kejelasan informasi di bagian depan cafe (papan nama cafe)	Ordinal	1
		Kebersihan dan kenyamanan lingkungan sekitar cafe	Tingkat kebersihan dan kenyamanan lingkungan sekitar cafe	Ordinal	2
	Bagian dalam toko	Kenyamanan dan ketersediaan fasilitas di bagian dalam cafe	Tingkat kenyamanan dan ketersediaan fasilitas di bagian dalam cafe	Ordinal	3
	Tata letak toko	Alokasi ruangan	Tingkat Alokasi ruangan	Ordinal	4
		Penataan dan kerapian yang baik, nyaman dan enak dipandang	Tingkat Penataan dan kerapian yang baik, nyaman dan enak dipandang	Ordinal	5
	Pemajangan informasi	Ketersediaan dan kejelasan informasi yang dibutuhkan	Tingkat ketersediaan dan kejelasan informasi yang dibutuhkan	Ordinal	6

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel & konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2014:528), dan Chirstina Whidya Utami (2014:279)		Kemudahan mendapatkan informasi dari pegawai	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi dari pegawai	Ordinal	7
Fasilitas Fisik (X₂) Fasilitas fisik merupakan suatu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan dengan bentuk asli dari benda yang dapat dilihat dengan nyata yang terdapat pada suatu perusahaan yang meliputi seluruh aspek pendukung fasilitas organisasi yang dapat membantu dan mempermudah jalannya usaha. Menurut Sofyan (2013:42), Nirwan (2013:47), dan Mudie dan Pirrie dalam Fandy Tjiptono (2014:161)	Bangunan	Daya tarik dan kekokohan bangunan	Tingkat daya tarik dan kekokohan bangunan	Ordinal	8
		Luas bangunan (outdoor/indoor)	Tingkat luas bangunan (outdoor/indoor)	Ordinal	9
		Kejelasan bangunan	Tingkat kejelasan bangunan	Ordinal	10
	Desain fasilitas	Daya tarik desain eksterior dan interior	Tingkat kemenarikan desain eksterior dan interior	Ordinal	11
		Kesesuaian desain eksterior dan interior dengan konsep cafe	Tingkat kesesuaian desain eksterior dan interior dengan konsep cafe	Ordinal	12
	Perlengkapan / perabotan	Ketersediaan dan kelengkapan (asbak, tisu, tambahan bumbu diatas meja, baby chair)	Daya ketersediaan dan kelengkapan (asbak, tisu, tambahan bumbu diatas meja)	Ordinal	13
	Tata cahaya dan warna	Kesesuaian cahaya yang diperlukan	Daya kesesuaian cahaya yang diperlukan	Ordinal	14
		Kesesuaian warna cat dan konsep cafe	Daya kesesuaian warna cat dan konsep cafe	Ordinal	15
		Kerapihan dan kebersihan	Daya kerapihan dan		

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel & konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	Seragam pegawai	seragam yang digunakan pegawai	kebersihan seragam yang digunakan pegawai	Ordinal	16
		Kesesuaian seragam pegawai dengan konsep cafe	Daya kesesuaian seragam pegawai dengan konsep cafe	Ordinal	17
	Unsur pendukung	Kenyamanan dan ketersediaan fasilitas pendukung (wifi, toilet, mushola, area parkir)	Daya kenyamanan dan ketersediaan fasilitas pendukung (wifi, toilet, mushola, area parkir)	Ordinal	18
Kepuasan Konsumen (Y) Kepuasan konsumen adalah sebagai suatu tanggapan dan perbandingan konsumen terhadap apa yang telah diterimanya dari suatu produk atau jasa yang telah dibeli, apakah sesuai dengan harapan dan dapat memenuhi keinginan konsumen atau tidak. Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35), Sangadji dan Sopiah (2013:181), dan Fandy Tjiptono (2014:368)	Kinerja	Suasana Toko	Tingkat kepuasan konsumen terhadap suasana <i>cafe</i>	Ordinal	19
		Fasilitas Fisik	Tingkat kepuasan konsumen terhadap fasilitas fisik	Ordinal	20
	Harapan	Suasana Toko	Tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap suasana <i>cafe</i>	Ordinal	21
		Fasilitas Fisik	Tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap fasilitas fisik	Ordinal	22

3.3 Populasi dan Sample

Penelitian yang dilakukan 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 data. 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

Menurut Sugiyono (2017:80) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Cupola. Id selama kurun waktu 2017-2018 dalam 13 bulan seluruhnya berjumlah 9171 pengunjung yang didapatkan dari perhitungan yang dilakukan oleh Cafe Cupola.id.

Tabel 3.2
Data Pengunjung Cafe Add Coffee

No	Tahun	Bulan	Jumlah Konsumen
1	2017	Mei	320 Orang
2	2017	Juni	390 Orang
3	2017	Juli	460 Orang
4	2017	Agustus	510 Orang
5	2017	September	560 Orang
6	2017	Oktober	667 Orang
7	2017	November	720 Orang
8	2017	Desember	827 Orang
9	2018	Januari	950 Orang
10	2018	Februari	1120 Orang
11	2018	Maret	905 Orang
12	2018	April	892 Orang
13	2018	Mei	850 Orang
Total			9171 Orang

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) yang dimaksud dengan sampel adalah sebagai berikut :“Dalam penelitian kuantitatif sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Sampel dilakukan karna peneliti memiliki keterbatasa dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan dana karna jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh slovin dalam mustafa (2010:90) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai e= 10% adalah sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir sebesar 10%

Sampel yang masih dapat ditolelir atau digunakan sebanyak 10% jadi :

$$n = \frac{9171}{1+9171(0.1)^2} = 98,92$$

Maka disimpulkan, sampel pada penelitian ini menggunakan 100 orang responden. Jadi alasan peneliti menggunakan 100 responden berdasarkan perhitungan slovin.

3.3.3 Teknik *Sampling*

Menurut sugiyono (2017:81) menggunakan teknik sampling adalah sebagai berikut: “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel.

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.”

Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2017:82) *Probability Sampling* dapat didefinisikan sebagai berikut : “*Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.” Sedangkan *Nonprobability Sampling* menurut Sugiyono (2017:84) adalah sebagai berikut: “Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.”

Teknik sampling yang digunakan peneliti ini adalah *sampling incidental*, menurut sugiyono (2013:122) “Sampling incidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

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

1. Penelitian Lapangan (*field reserch*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survey lapangan yang ada

hubungan dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari :

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang terjadi pada perusahaan tersebut.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan supervisor Cupola. Id. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen Cafe Cupola.id. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai promosi, lokasi dan keputusan pembelian konsumen Cafe Cupola. Id.

2. Studi keputusan (*Library reserch*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature*. Studi keputusan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu *literature-literature*, buku-buku, yang berkaitan.

3.5 Teknik Pengolahan Data

Dalam teknik pengolahan data ini menggunakan metode-metode analisis yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Metode analisis data sangat tergantung pada jenis penelitian dan metode penelitian yang ditentukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian pada variabel-variabel. Langkah-langkah yang digunakan dalam menganalisis data diikiti dengan pengujian hipotesis penelitian.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat keputusan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan *valid*, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*. Dalam mencari nilai korelasi penulis menggunakan rumus *pearson productmoment*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum X_i X_{i\text{tot}}) - (\sum X_i)(\sum X_{i\text{tot}})}{\sqrt{((n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n\sum X_{i\text{tot}}^2) - (\sum X_i X_{i\text{tot}})^2)}}$$

Keterangan :

r	= Korelasi Product Moment
$\sum X_i$	= Jumlah Skor Satuan Item
$\sum X_{i\text{tot}}$	= Jumlah Total Skor Jawaban
$\sum X_i^2$	= Jumlah Kuadrat Skor Jawaban Suatu Item
$\sum X_{i\text{tot}}^2$	= Jumlah Kuadrat Total Skor Jawaban
$\sum X_i X_{i\text{tot}}$	= Jumlah Perkalian Skor Jawaban Suatu Item dengan Total Skor

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2013:110) “Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Penelitian ini menggunakan metode *Split Half* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *Spearman Brown*, dengan cara kerjanya sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan kelompok genap.
3. Korelasi total skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus :

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

Keterangan :

r = Korelasi produk moment

ΣA = Jumlah total skor kelompok ganjil

ΣB = Jumlah total skor kelompok genap

ΣA^2 = Jumlah kuadrat total skor kelompok ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadrat total skor kelompok genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban kelompok ganjil dan kelompok genap

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

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

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

3.6 Metode Analisis data dan Uji Hipotesis

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

3.6.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut: Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk Pernyataan pernyataan (kuesioner/angket). Dimana suasana toko (variabel X_1), fasilitas fisik (variabel X_2) terhadap kepuasan konsumen (variabel Y), setiap item dari kuisisioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif. Untuk mengetahui lebih jelas, maka penulis akan menyajikan sekala likert pada tabel 3.3 seperti berikut :

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
		Bila Positif	Bila Negatif
1	SS (Sangat Setuju)	5	1
2	S (Setuju)	4	2
3	KS (Kurang setuju)	3	3
4	TS (Tidak Setuju)	2	4
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Setiap Pernyataan-Pernyataan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala likert.

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

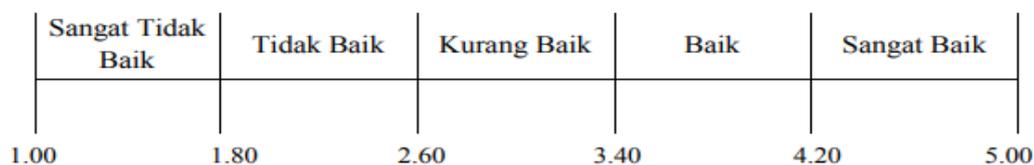
$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria permintaan}}$$

Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

- a. Indeks Minimum : 1
- b. Indeks Maksimum : 5
- c. Interval : 5-1 = 4
- d. Jarak Interval : (5-1) : 5 = 0,8

Tabel 3.4
Kategori Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Baik
1,81	2,60	Tidak Baik
2,61	3,40	Kurang Baik
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat Baik



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode kuantitatif (verifikatif) adalah metode pengolahan data dalam berbentuk angka untuk memudahkan dalam menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2013:13) menyatakan bahwa “metode kuantitatif merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:210) menyatakan bahwa “Analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah”. Jumlah variabel

independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antara 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. Analisis regresi linier berganda daam peneliti ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan variabel X_1 (Suasana Toko) dan X_2 (Fasilitas Fisik) dan Y (Kepuasan Konsumen). Rumusan yang digunakan yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Kepuasan konsumen)

a = Konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien regresi

X_1 = Promosi penjualan

X_2 = Proses pelayanan

e = Standar erorr

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X_1 (Suasana Toko) dan X_2 (Fasilitas Fisik) dan Y (Kepuasan Konsumen). Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \sqrt{\frac{JK_{regresi}}{JK_{total}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi ganda

JK_{reg} = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

Jk_{tot} = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:184). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,39	Rendah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013:184)

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ yaitu:

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

3.6.2.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_1).

1. Pengujian hipotesis secara simultan (Uji F)

Pengujian ini menggunakan Uji F dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh suasana toko dan fasilitas fisik terhadap proses kepuasan konsumen.

$H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh suasana toko dan fasilitas fisik terhadap kepuasan konsumen.

b. Menentukan tingkat signifikan, yaitu 5% atau 0,05 dan derajat bebas (db) = $n - k - 1$, untuk mengetahui daerah F_{tabel} sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

c. Menghitung nilai F_{hitung} untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien oreksi signifikan atau tidak. Dengan rumus sebagai berikut:

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

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.

d. Dari perhitungan tersebut maka akan diperoleh distribusi F dengan dan penyebut dk $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut

1. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_a$ diterima (signifikan)

2. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_a$ ditolak (tidak signifikan)

2. Pengujian hipotesis secara 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:

- a. $H_0: \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh suasana toko (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) konsumen Cafe Cupola.id.
 $H_a: \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh Suasana Toko (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) konsumen di Cafe Cupola.id.
- b. $H_0: \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Fasilitas Fisik (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) konsumen di Cafe Cupola.id.
 $H_a: \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh Fasilitas Fisik (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) konsumen di Cafe Cupola.id.

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

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

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
 r = Nilai korelasi parsial
 k (kelas) = Subvariabel

Pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (Suasana Toko dan Fasilitas Fisik) terhadap variabel Y

(Kepuasan konsumen). Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X_1 dan X_2 (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%).

Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Koefisien determinasi simultan digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y secara simultan. Rumus koefisien determinasi simultan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi ganda

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial adalah :

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

Keterangan:

B = Beta (nilai standardized coefficients)

Zero Order = Matriks korelasi variabel independen dengan variabel dependen

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel X terhadap Y lemah.
- b. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel X terhadap Y kuat.

3.7 Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam penelitian ini adalah Cafe Cupola. Id Jln. Cendana No. 3, Cihapit, Bandung Wetan, Kota Bandung dengan studi kasus pada konsumen Cafe Cupola. Id yang melakukan transaksi pembelian secara langsung.

3.8 Rencana Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel Suasana Toko, Fasilitas Fisik terhadap kepuasan konsumen Cafe Cupola. Id yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian. Dalam rancangan kuesioner terdapat dua bagian yaitu bagian pertama karakteristik yang bersisi jenis kelamin, usia, pekerjaan/profesi, rata-rata pendapatan, pendidikan. Bagian kedua Kuesioner dibuat melalui daftar pernyataan berdasarkan tiap indikator yaitu Promosi penjualan dan Proses pelayanan, kepuasan konsumen sebagaimana tercantum pada oprasionalisasi variabel. Populasi konsumen Cafe Cupola. Id sejumlah 97 orang responden. Adapun pernyataan dari masing-masing pernyataan ada 5 pilihan jawaban, SS (Sangat Setuju), S (Setuju), KS (Kurang Setuju), TS (Tidak Setuju, STS (Sangat Tidak Setuju).