

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian merupakan metode untuk menentukan kebenaran yang merupakan sebuah pemikiran yang kritis. Penelitian mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Melalui penelitian manusia dapat memanfaatkan hasil penelitiannya, secara umum data yang diperoleh dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2017:35) adalah sebagai berikut :

“Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain”.

Kemudian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:8) adalah suatu “penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Metode penelitian deskriptif yang digunakan untuk menjawab perumusan masalah nomor satu hingga nomor tiga, yaitu :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan *Cafe 1933 Dapur & Kopi*.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *store atmosphere Cafe 1933 Dapur & Kopi*.

3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada *Cafe 1933 Dapur & Kopi*.

Sedangkan penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab perumusan masalah nomor empat yaitu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di *Cafe 1933 dapur & Kopi* baik secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang akan diteliti yang bersifat saling mempengaruhi. Variabel dapat diartikan sebagai sesuatu yang dijadikan objek penelitian sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Definisi operasional adalah melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel yang digunakan.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel sangat penting dalam melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:38) mengemukakan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu sebagai berikut :

1. Variabel bebas (*Independent variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) mendefinisikan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas adalah kualitas pelayanan (X1) dan *store atmosphere* (X2) yaitu sebagai berikut :

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah berfokus pada pelayanan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan konsumen.

b. *Store atmosphere* (X2)

Menurut Berman dan Evan yang dialih bahasakan Lina Salim (2014:528) menyatakan bahwa Suasana toko meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, panjang barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli.

2. Variabel terikat (*Dependent variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) yang digunakan adalah 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

Rancangan operasionalisasi dimaksudkan untuk mengetahui pengukuran variabel-variabel penelitian yang meliputi penjelasan mengenai nama variabel, definisi variabel, indikator variabel, ukuran variabel, dan skala pengukuran dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Kualitas Pelayanan (X1) Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah berfokus pada pelayanan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan konsumen.	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	Karyawan rapih	Tingkat penampilan karyawan rapih	Ordinal	1
		Penampilan karyawan bersih	Tingkat penampilan karyawan bersih	Ordinal	2
		Kebersihan perlengkapan dan peralatan makan	Tingkat kebersihan perlengkapan dan peralatan makan	Ordinal	3
	<i>Emphaty</i> (Empati)	perhatian secara penuh dalam melayani	Tingkat sikap perhatian secara penuh dalam melayani	Ordinal	4
		Kesungguhan dalam merespon permintaan	Tingkat kesungguhan dalam merespon permintaan	Ordinal	5
		Sikap	Tingkat sikap	Ordinal	6

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item	
		melayani tanpa memandang status sosial	melayani tanpa memandang status sosial			
	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Kesesuaian menu yang dipesan	Tingkat kesesuaian menu yang dipesan	Ordinal	7	
		Kesesuaian harga yang dibayarkan	Tingkat kesesuaian harga yang dibayarkan	Ordinal	8	
		Ketepatan jam buka dan tutup restoran	Tingkat ketepatan jam buka dan tutup <i>cafe</i>	Ordinal	9	
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Memberikan pelayanan dengan cepat	Tingkat memberikan pelayanan dengan cepat	Ordinal	10	
		Kemampuan mengatasi keluhan konsumen dengan segera	Tingkat kemampuan mengatasi keluhan konsumen dengan segera	Ordinal	11	
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Rasa aman untuk mengkonsumsi makan dan minuman	Tingkat rasa aman untuk mengkonsumsi makanan dan minuman	Ordinal	12	
		Keamanan yang dirasakan saat berada di restoran	Tingkat rasa aman berada di <i>cafe</i>	Ordinal	13	
	<i>Store atmosphere</i> (X2) Menurut Berman dan Evan yang	<i>Store Exterior</i> (Bagian Depan Toko)	Daya tarik bagian depan	Tingkat daya tarik bagian depan	Ordinal	14
			Daya tarik logo	Tingkat daya tarik logo	Ordinal	15
<i>General Interior</i> (Bagian Dalam Toko)		Warna interior <i>Cafe</i> menarik	Tingkat warna interior <i>cafe</i> menarik	Ordinal	16	
		Pencahayaan	Tingkat	Ordinal	17	

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
dialih bahasakan Lina Salim (2014:528) menyatakan bahwa Suasana toko meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, panjang barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli.		<i>Cafe</i>	pencahayaayaan <i>cafe</i> baik		
		Musik yang diputar <i>cafe</i>	Tingkat musik yang diputar <i>cafe</i> sesuai	Ordinal	18
		Aroma ruangan <i>cafe</i>	Tingkat aroma ruangan <i>cafe</i> sesuai	Ordinal	19
		Suhu udara <i>cafe</i> sejuk	Tingkat suhu udara sejuk	Ordinal	21
	<i>Store Layout</i> (Tata Letak)	Jarak Antar Meja sesuai	Tingkat jarak antar meja <i>cafe</i> sesuai	Ordinal	21
		Tersedianya Ruang Arus Pengunjung makan rapih	Tingkat ruang arus pengunjung rapih	Ordinal	22
	<i>Interior Display</i> (Papan Pengumuman)	Tersedianya kelengkapan papan petunjuk	Tingkat kelengkapan papan petunjuk lengkap	Ordinal	23
		Tersedianya poster	Tingkat ketersediaan poster di <i>cafe</i> lengkap	Ordinal	24
Kepuasan Konsumen (Y) Menurut Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2014 : 153) menyatakan bahwa kepuasan	Kinerja	Kepuasan konsumen terhadap <i>store atmosphere</i>	Tingkat kepuasan konsumen terhadap suasana <i>cafe</i>	Ordinal	25
		Kepuasan konsumen terhadap Fasilitas <i>cafe</i>	Tingkat kepuasan konsumen terhadap fasilitas	Ordinal	26
		Kepuasan konsumen terhadap Kualitas Pelayanan	Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas	Ordinal	27

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
konsumen adalah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) yang diharapkannya.			pelayanan		
		Kepuasan konsumen terhadap Kualitas Produk	Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk	Ordinal	28
	Harapan	kesesuaian harapan konsumen terhadap <i>Store atmosphere</i>	Tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap suasana restoran	Ordinal	29
		kesesuaian harapan konsumen terhadap Fasilitas <i>cafe</i>	Tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap fasilitas	Ordinal	30
		kesesuaian harapan konsumen terhadap Kualitas pelayanan	Tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan	Ordinal	31
	kesesuaian harapan konsumen terhadap Kualitas Produk	Tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap kualitas produk	Ordinal	32	

Sumber: Olah data peneliti, 2019

3.3 Populasi, Sample dan Teknik sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populusi maka peneliti akan mampu melakukan

pengolahan data. Dan untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Dan sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Fokus penelitian ini berlokasi di *cafe* 1933 Dapur & Kopi dimana populasi pada penelitian ini adalah pengunjung *cafe* 1933 Dapur & Kopi selama kurun waktu 2018, maka dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3. 2
Data Pengunjung Cafe 1933 Dapur & Kopi tahun 2018

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1	April	451 Orang
2	Mei	605 Orang
3	Juni	531 Orang
4	Juli	387 Orang
5	Agustus	625 Orang
6	September	705 Orang
7	Oktober	600 Orang
8	November	432 Orang
9	Desember	400 Orang
Total		4.736 Orang
Rata-Rata		526

Sumber: *cafe* 1933 Dapur & Kopi

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel merupakan salah satu unsur dari populasi yang hendak dijadikan suatu objek

penelitian. Apabila penelitian menggunakan sampel, maka yang bisa didapat yaitu ciri-ciri sampel yang diharapkan bisa menaksir ciri-ciri populasi.

Menurut Sugiyono (2017:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan terbatas hanya sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul sangat representatif (benar-benar mewakili).

Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, yang dapat ditunjukkan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana : n = Ukuran Sampel

 N = Ukuran Populasi

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

Jumlah populasi yaitu sebanyak 4736 orang dan apabila dirata-ratakan per bulannya menjadi 526 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar:

$$n = \frac{526}{1 + (526)(0,10)^2}$$

= 84,02 dibulatkan menjadi 84

Jadi diketahui dari perhitungan, ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 84,02 dibulatkan menjadi 84 orang responden dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2017:81).

Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik Non probability sampling. Teknik Non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:84)

Teknik Non probability yang dipilih yaitu Insidental Sampling. Secara spesifik teknik ini menentukan sampel berdasarkan kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:85). Dalam penelitian ini yaitu siapa saja pengunjung *Cafe 1933 Dapur & Kopi* yang secara kebetulan

bertemu dengan peneliti dan sudah melakukan proses transaksi atau pembelian di *Cafe*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian, (Sugiyono, 2017:137). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, yaitu :

1. Penelitian Lapangan (Field Research)

Mengumpulkan data dengan cara melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer dengan cara :

a. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner (Sugiyono 2017:145). Penulis mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap konsumen di *Cafe 1933 Dapur & Kopi*.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan fenomena/permasalahan yang harus diteliti dan bila peneliti

ingin mengetahui hal-hal mendalam yang bisa didapatkan dari responden dan jumlah responden sedikit/kecil (Sugiyono,2017 :137). Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen *cafe* 1933 Dapur & Kopi.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017:142). Kuesioner akan diberikan kepada konsumen *cafe* 1933 Dapur & Kopi. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai Kualitas Pelayanan, *Store atmosphere* dan Kepuasan Konsumen.

2. Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu *literature-literature*, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3.4.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016:200) merupakan derajat ketepatan 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.

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus pearson product moment sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i) (\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien r product moment

r = Koefisien validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor total instrument

n = Jumlah responden dalam uji instrument

$\sum x$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar mengambil keputusan :

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

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

Sugiyono (2016:179) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.4.2 Uji Reliabilitas

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

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2016:173). Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan jika hasil pengukuran yang dilakukan relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah split-half method (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pertanyaan genap, kemudian dilanjutkan dengan

pengujian rumus spearman brown, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

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

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma AB - (\Sigma A\Sigma B)}{\sqrt{[n\Sigma A^2 - (\Sigma A)^2] [n(\Sigma B^2) - (\Sigma B)^2]}}$$

Dimana :

r = Koefesien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi Spearmen Brown sebagai berikut :

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

Dimana :

r = Nilai reliabilitas

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

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya

- a. Bila r hitung $>$ dari r tabel, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila r hitung $<$ dari r tabel, maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis dan uji hipotesis menguraikan metode-metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. 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 instrument dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skal likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengai

sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif. Seperti pada tabel yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 3. 3
Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2016 : 137)

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dan variabel penelitian. Dalam penelitian, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen nya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

$$\frac{\Sigma \text{Jawaban Kuesioner}}{\Sigma \text{Pertanyaan} \times \Sigma \text{Responden}} = \text{Skor Rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata – rata, maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum

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

Dimana :

Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

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

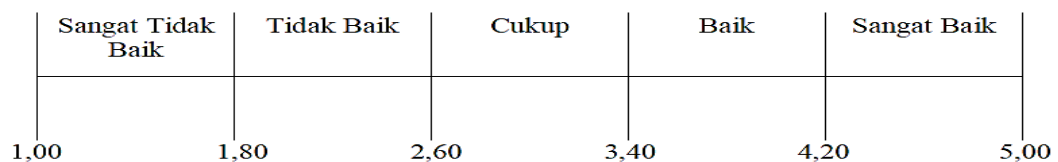
Maka dapat kita tentukan kategori skala sebagai berikut:

- Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat tidak baik
- Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak baik
- Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Kurang baik
- Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik
- Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat baik

Tabel 3. 4
Kategori Skala

Skala	Kategori	Kepuasan	Loyalitas	Kepercayaan
1,00 – 1,80	Sangat Tidak baik	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Loyal	Sangat Tidak Percaya
1,81 – 2,60	Tidak Baik	Tidak Puas	Tidak Loyal	Tidak Percaya
2,61 – 3,40	Kurang baik	Kurang Puas	Kurang Loyal	Kurang Percaya
3,41 – 4,20	Baik	Puas	Loyal	Percaya
4,2 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Puas	Sangat Loyal	Sangat Percaya

Sumber: Sugiyono (2016:134) yang dikembangkan oleh peneliti



Gambar 3. 1

Garis Kontinum

3.5.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Menurut Sugiyono, (2016:54). Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut ini :

3.5.2.1 Method Of Succesive Interval (MSI)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (Method Of Succesive Interval). Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.

6. Menghitung Scale Value (SV) untuk masing-masing responden dengan rumus berikut.

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

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 [SV_{\min}]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti digunakan selanjutnya adalah dengan menggunakan media komputerisasi untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.5.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat) apakah masing-masing variabel independen (bebas) berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen (terikat) dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (terikat) apabila nilai variabel independen (bebas) mengalami kenaikan atau perubahan.

Dikatakan regresi linier berganda, karena jumlah variabel bebas (independen) sebagai prediktor lebih dari satu, analisis regresi linier berganda

merupakan metode statistik yang paling jamak dipergunakan dalam penelitian-penelitian sosial, terutama penelitian ekonomi. Adapun persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

a = Bilangan konstanta

β_1 dan β_2 = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan dan *Store atmosphere*

X1 = Variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

X2 = Variabel bebas (*Store atmosphere*)

e = Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas pelayanan dan *store atmosphere*

3.5.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan *store atmosphere* (X), dan Kepuasan Konsumen (Y) dengan rumus sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\sum Y^2}$$

Dimana :

R² = Koefisien korelasi berganda

JK(reg) = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2 dan variabel Y

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel negatif

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel

3.5 dibawah ini :

Tabel 3.5
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017:184)

3.5.3 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel X1 (Kualitas Pelayanan), X2 (*Store atmosphere*), dan Y (Kepuasan Konsumen).

3.5.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan

apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

H0 : $\beta_1 \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen

H1 = $\beta_1 \beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda digunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

R² = Kuadrat koefisien korelasi ganda

k = Banyaknya variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut (n-k-1)

dengan ketentuan sebagai berikut :

Tolak H0 jika Fhitung > Ftabel – H1 diterima (signifikan)

Terima H0 jika Fhitung < Ftabel – H1 ditolak (tidak signifikan)

3.5.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling

mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistik sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen
2. $H_1 : \beta_1 \neq 0$, terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen
3. $H_0 : \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh *Store atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen
4. $H_1 : \beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh *Store atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan signifikansi 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus :

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

rp = Nilai korelasi parsial

t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

Selanjutnya hasil hipotesis thitung dibandingkan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

Terima H_0 Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ – H_1 ditolak (tidak signifikan)

Tolak H_0 Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ – H_1 diterima (signifikan)

3.5.3.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel *Store atmosphere* (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel *Store atmosphere* (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

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

Dimana :

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel *Store atmosphere* (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara parsial :

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

Dimana :

B = Beta (nilai standarized coefficients)

Zero Order = Matrik Kolerasi 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

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting.

Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan proses kepuasan konsumen sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan peneliti seperti adanya ilihan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam penelitian ini adalah *cafe* 1933 Dapur & Kopi yang berada di Jl. Sulanjana No. 17, Tamansari, Bandung 40116

Telp 08999931933 dengan studi kasus kepada konsumen *cafe* 1933 Dapur & Kopi yang melakukan transaksi pembelian secara langsung. Penulis melakukan penelitian pada bulan Januari 2019 dan sampai selesai.