

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Peneliti mengumpulkan data yang berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti untuk menjawab rumusan masalah dan untuk membuktikan apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2016:35) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri/*independent*) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan satu sama lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode ini ditunjukkan untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah yang pertama yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan di Coffee HaluHalu Bandung. Kedua, bagaimana tanggapan konsumen mengenai *store atmosphere* di Coffee HaluHalu Bandung. Ketiga, bagaimana tingkat kepuasan konsumen di Coffee HaluHalu Bandung. Hasil dari observasi menggunakan analisis deskriptif tersebut, selanjutnya akan disusun secara sistematis dan dianalisis untuk diambil suatu kesimpulan.

Metode penelitian yang bersifat deskriptif, penelitian ini juga menggunakan metode penelitian yang bersifat verifikatif. Menurut Sugiyono (2016:35) menyatakan bahwa penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis, yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis

diterima atau ditolak. Analisis verifikatif digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah yang ke empat yaitu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan Coffee HaluHalu Bandung secara simultan dan parsial. Metode verifikatif akan memberikan suatu kesimpulan mengenai besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Selain itu metode verifikatif juga digunakan didalam penelitian ini untuk menguji teori dan penelitian ini akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah yakni suatu hipotesis yang berupa kesimpulan sementara.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah kualitas pelayanan (X_1) dan *store atmosphere* (X_2) sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependept variable*) adalah kepuasan konsumen (Y). Menurut Sugiyono (2016:38) 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. Dalam penelitian ini ada 2 (dua) variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Untuk mengetahui lebih lanjut penjelasan mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian akan dijelaskan sebagai berikut.

Sedangkan operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Teori ini digunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan bisa mempengaruhi variabel terikat.

3.1.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2016:60) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian yang ditelitinya pada suatu perusahaan yang akan ditelitinya, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel bebas (independen) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif dengan simbol X, sedangkan variabel terikat (dependen) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dengan simbol Y.

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Store atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffee HaluHalu Bandung”, maka terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen (X1 dan X2) serta satu variabel dependen (Y) dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen (X1)

Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2017:442) menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layananyang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

2. *Store Atmosphere* sebagai variabel independen (X2)

Menurut Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2017:545)

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 sebagai variabel dependen (Y)

Kepuasan Konsumen Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2017:35), adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira apabila kebutuhan konsumen tersebut dapat terpenuhi.

3.1.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan pengertian dari ketiga variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini, peneliti akan menetapkan sub variabel yang kemudian dikembangkan menjadi suatu indikator. Selanjutnya indikator-indikator tersebut akan dikembangkan lagi menjadi suatu item pernyataan atau pertanyaan yang akan digunakan didalam pembuatan kuesioner atau pra survey. Untuk mengetahui lebih jelas tentang operasional variabel penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Kualitas Pelayanan (X1) kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2017:442)	Berwujud	Penampilan yang diberikan rapi	Tingkat penampilan yang diberikan rapi.	Ordinal	1
		Fasilitas yang nyaman	Tingkat fasilitas yang nyaman bagi pelanggan	Ordinal	2
	Empati	Kebersihan ruangan	Tingkat kebersihan	Ordinal	3
		Perhatian karyawan mendengarkan keluhanan	Tingkat perhatian karyawan mendengarkan keluhanan	Ordinal	4
		Keramahan karyawan	Tingkat keramahan karyawan	Ordinal	5
	Keandalan	Karyawan yang melayani dengan tepat waktu	Tingkat yang melayani dengan tepat waktu	Ordinal	6
		Keandalan karyawan bekerja	Tingkat keandalan karyawan dalam bekerja	Ordinal	7
	Daya Tanggap	Daya tanggapan karyawan yang baik terhadap konsumen yang datang	Tingkat daya tanggap karyawan yang baik terhadap konsumen yang datang	Ordinal	8
		Kecepatan karyawan dalam memberikan informasi	Tingkat kecepatan karyawan dalam memberikan informasi	Ordinal	9
		Karyawan menyambut terhadap konsumen yang datang	Tingkat karyawan menyambut terhadap konsumen yang datang	Ordinal	10
	Jaminan	Keamanan kendaraan ditempat parkir	Tingkat keamanan kendaraan di tempat parkir	Ordinal	11
		Rasa aman untuk mengkonsumsi makan dan minum	Tingkat Rasa aman untuk mengkonsumsi makan dan minum	Ordinal	12
		Keamanan yang dirasakan saat berada di cafe	Tingkat Keamanan yang dirasakan saat berada di cafe	Ordinal	13
Store Atmosphere (X2) suasana toko meliputi	Exterior (bagian dalam toko)	Daya tarik bagian depan	Tingkat daya tarik bagian depan	Ordinal	14
		Daya tarik logo	Tingkat daya tarik logo	Ordinal	15

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
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 (2017:545)	<i>General Interior</i> (bagian dalam toko)	Warna interior cafe menarik	Tingkat Warna interior cafe menarik	Ordinal	16
		Pencahayaan cafe	Tingkat pencahayaan cafe	Ordinal	17
		Aroma ruangan cafe	Tingkat aroma ruangan cafe	Ordinal	18
	<i>Store Layout</i> (tata letak toko)	Jarak antar meja sesuai	Tingkat Jarak antar meja sesuai	Ordinal	19
		Tersedianya ruang arus pengunjung makan rapih	Tingkat tersedianya ruang arus pengunjung makan rapih	Ordinal	20
	<i>Interior Display</i> (penataan barang dalam toko)	Tersedianya kelengkapan papan petunjuk	Tingkat Tersedianya kelengkapan papan petunjuk	Ordinal	21
		Tersedianya poster	Tingkat tersedianya poster	Ordinal	22
	Kepuasan Konsumen (Y) tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya Kotler dalam buku Sunyoto (2017:35)	Kinerja	Kepuasan konsumen terhadap <i>store atmosphere</i>	Tingkat Kepuasan konsumen terhadap store atmosphere	Ordinal
Kepuasan konsumen terhadap fasilitas cafe			Tingkat Kepuasan konsumen terhadap fasilitas cafe	Ordinal	24
Harapan		Kesesuaian konsumen terhadap <i>store atmosphere</i>	Tingkat Kesesuaian konsumen terhadap store atmosphere	Ordinal	25
		Kesesuaian konsumen terhadap fasilitas cafe	Tingkat Kesesuaian konsumen terhadap fasilitas cafe	Ordinal	26

Sumber : Pengolahan Data Peneliti, 2021

3.3 Populasi dan Sampel

penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi peneliti dapat melakukan pengolahan data. Kemudian untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik atau yang disebut dengan sampel. Dengan adanya sampel maka peneliti tidak perlu

melakukan penelitian secara keseluruhan terhadap pengunjung tetapi cukup menggunakan sebagian dari jumlah pengunjung yang akan diteliti. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan yang dilakukan untuk populasi.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian, yang di dalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui. Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian karena populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian.

penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah jumlah pengunjung yang mendatangi Lega Paket Bandung selama satu tahun terakhir. Selama penelitian tersebut, jumlah konsumen yang ada di Coffee HaluHalu Bandung dapat dilihat dalam Tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2
Jumlah Pengunjung Coffee HaluHalu Bandung Periode 1 tahun dari bulan Januari – Desember 2018

Bulan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
Jumlah Pengunjung	451	460	465	493	520	280	511	480	507	553	476	420
Total	5616											
Rata-rata	5616/12 = 468											

Sumber : Coffee HaluHalu Bandung

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat dilihat bahwa rata-rata pengunjung yang datang ke Coffee HaluHalu Bandung selama periode 1 tahun dari bulan Januari sampai

Desember 2018 yaitu 468 orang.

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti yang hasilnya mewakili keseluruhan masalah yang diamati. Sugiyono (2017:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*, sebagai alat untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 100 responden. Rata-rata pengunjung yang datang ke Coffee HaluHalu Bandung sebanyak 5616 pengunjung selama periode 1 tahun, yang di dapatkan dari data yang diberikan dan survey yang dilakukan. Untuk lebih jelas berikut rumus Slovin, ukuran sampel dapat di hitung sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampe yang di tolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Jadi: } n = \frac{468}{1+468(0,1)^2} = 82,3 \sim 83$$

Jadi di ketahui perhitungan untuk sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 82 responden. Untuk mengoptimalkan hasil penelitian yang lebih baik, maka penulis menambahkan 1 responden sehingga total responden menjadi 83 responden. Jumlah responden sebanyak 83 orang tersebut dianggap sudah representatif karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel.

Menurut Sugiyono (2017:81) mengemukakan teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik *non probability sampling* penelitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling*, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena memiliki tujuan memperoleh data yang dibutuhkan

Sugiyono (2016:137). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian adalah dengan melakukan survei dan melakukan pengumpulan data sebanyak mungkin, dengan menggunakan beberapa metode, yaitu:

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. 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.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada pemilik Coffee HaluHalu Bandung di Jalan A. H. Nasution No. 109 Bandung. 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 pengunjung Coffee HaluHalu Bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan kepuasan konsumen pada Coffee HaluHalu Bandung.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

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

a. Jurnal

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

b. Internet

Dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji intrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain

sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaiannya antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Sugiyono (2017:384) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrument yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya.

Untuk mencari nilai validitas dari semua item yang akan diteliti, peneliti akan mengkorelasikan antara skor item dengan item-item variabel. Apabila korelasi yang dihasilkan sama atau diatas 0,3 maka item yang diteliti dinyatakan valid, tetapi apabila nilai korelasinya dibawah 0,3 maka dinyatakan tidak valid. Dalam mencari nilai korelasi maka peneliti akan melakukan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X \cdot \Sigma Y)}{\sqrt{[n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

Σx = Jumlah hasil pengamatan variabel X

Σy = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

Σxy = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

Σy^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

3.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2015:130) menyatakan uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dengan kata lain uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji coba instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien *reliabilitas* bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,7 Sugiyono, (2017:121).

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah method *Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus spearman brown, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.

3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus :

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

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 Spearman Brown sebagai berikut :

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

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 $r_{hitung} < r_{tabel}$, 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.

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Pengelolaan dan analisis informasi serta data dalam penelitian ini dikumpulkan dan diolah secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sifat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. 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 oleh peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X1, X2) terhadap variabel dependen (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk

menggambarkan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan kepuasan konsumen pada Kopi haluhalu.bdg. Dimana setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda beda.

Setiap pilihan jawaban akan diberi 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 menurut Sugiyono adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban pertanyaan	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
1. SS (Sangat Setuju)	5	1
2. S (Setuju)	4	2
3. C (Cukup)	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 independen dan variabel dependen) 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.

$$\sum p = \frac{\sum \text{jawaban kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}} = \text{skor rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut ini :

$$NJI(\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria jawaban}}$$

Dimana:

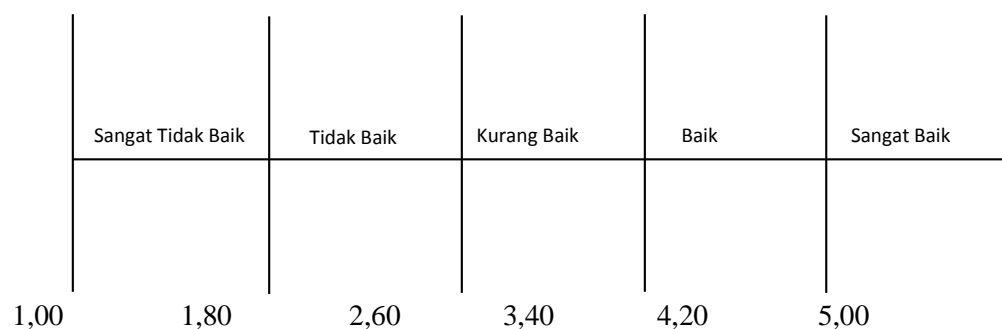
Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

NJI (nilai jenjang interval) = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Maka dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut:

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



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.1.3 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2017:55) analisis verifikatif yaitu metode penelitian

yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji suatu kebenaran pada sebuah hipotesis. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan *Store atmosphere* (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan sebagai berikut.

3.6.1.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), *Store atmosphere* (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sugiyono (2017:210) menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel independen tersebut mengalami perubahan.

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Sugiyono (2017:275), sebagai berikut:

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

Dimana:

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Konstanta
X ₁	= Variabel Bebas (kualitas pelayanan)
X ₂	= Variabel Bebas (<i>store atmosphere</i>)
b ₁ dan b ₂	= Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel
e	= Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain kualitas pelayanan dan <i>store atmosphere</i>

3.6.1.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X₁ (kualitas pelayanan), X₂ (*store atmosphere*) secara simultan dengan variabel Y (kepuasan konsumen), dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Dimana :

R² = Koefisien korelasi berganda

JK_{regresi} = Jumlah kuadrat regresi

∑Y² = Jumlah Kuadrat total regresi

Dimana:

R² = Koefisien korelasi berganda

JK_{regresi} = Jumlah Kuadrat regresi

∑Y² = Jumlah kuadrat total korelasi

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ sebagai berikut:

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan variabel Y .

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

Apabila $r = 0$, artinya terdapat hubungan kolerasi.

Angka korelasi berkisar antara -1 sd +1, semakin mendekati 1 maka korelasi semakin mendekati sempurna, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.4
Tafsiran 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)

3.6.1.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), *store atmosphere* (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Untuk melihat besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), *Store atmosphere* (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), bisanya akan dinyatakan dalam bentuk persen (%). Berikut ini adalah rumus koefisien determinasi yaitu:

Dimana :

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

Kd = Koefisien Determinasi (seberapa besar pengaruh variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel X)

R^2 = Besarnya koefisien korelasi Ganda

Kriteria-kriteria untuk analisis Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika KD mendekati (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan lemah.
- b. Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan kuat.

3.6.2 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara 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), dengan menggunakan uji simultan atau keseluruhan sebagai berikut.

3.6.2.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian yang menjadi variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan tingkat harga sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan konsumen dengan objek penelitiannya yaitu Kopi haluhalu.bdg. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

$H_0 : b_1, b_2 = 0$, Tidak dapat pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Coffee HaluHalu Bandung.

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan Store Atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada Coffee HaluHalu Bandung.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian di uji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Peneliti dalam hal ini melakukan pengujian uji signifikan koefesien berganda yang dimana menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

R^2 = Kuadrat koefesien kolerasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

n = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

$(n-k-1)$ = Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan tersebut maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilan (K) dan penyebut ($n-k-1$) dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.

3.6.2.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut:

- a. $H_0 : b_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
- b. $H_1 : b_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
- c. $H_0 : b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh *store atmosphere* pelayanan terhadap kepuasan konsumen
- d. $H_0 : b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji T dengan taraf signifikan 5% atau dengan tingkat keyakinan 95% dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

t_{hitung} = Statistik Uji Kolerasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai kolerasi parsial

Hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrument untuk pengumpulan data atau informasi yang telah dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi beberapapernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel. Namun di Bab 1 mengenai penelitian pendahuluan dalam penelitian ini masih menggunakan bauran pemasaran. Kuesioner ini bersifat tertutup, pernyataan membawa responden ke jawaban alternative yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang menjadi objek penelitian yaitu Kopi haluhalu.bdg yang berada di Jalan A. H. Nasution No. 109 Bandung. Adapun waktu untuk menyelesaikan penelitian ini terhitung mulai dari tanggal 17 Mei 2021 sampai dengan selesai.

