

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode penelitian survei. Menurut Sugiyono (2019:57) menyatakan bahwa penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan, variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Menurut Sugiyono (2019:2) Metode Penelitian adalah cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan tertentu. Pengumpulan data yang dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dalam penelitian. Metode penelitian digunakan untuk menjawab rumusan masalah sebelumnya. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan variabel-variabel atau masalah yang diteliti. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan Verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variabel yang lain yang diteliti

dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Penelitian deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bab satu.

Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau tidak. Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh store atmosphere dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Jatinangor Hosue di Bandung.

### **3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel**

Penelitian menggunakan beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan sebelum pengumpulan data. Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai definisi dan ukuran yang digunakan untuk setiap variabel penelitian baik variabel independen, intervening, dan dependen. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

#### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Definisi variabel penelitian merupakan ekstraksi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2020:68) adalah suatu karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dijadikan pelajaran dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan

sebelum memperoleh atau mulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Variabel ini melibatkan tiga variabel, yang menjadi variabel bebas (*independent*) yaitu *Store Atmosphere* ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan variabel terikat (Dependent) yaitu Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Variabel-variabel yang ada di dalam penelitian ini dapat didefinisikan banyak menurut para ahli yang menjabarkan pengertian variabel variabel sebagai berikut:

1. Suasana Toko (*Store Atmosphere*) ( $X_1$ )

*“Store atmosphere is another important element in reseller’s product arsenal. Retailer want create a unique store experience, one that suits the target market and moves costumerto buy.”* (Kotler dan Amstrong 2018:402) Berbeda halnya Menurut Berman and Evan (2018:464), atmosfir mengacu kepada karakteristik fisik toko yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan.

2. Kualitas Produk ( $X_2$ )

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik dari ciri-ciri luar (*design*) produk maupun inti (*core*) produk itu sendiri (Kotler dalam Melyani 2016)

3. Kepuasan Konsumen ( $Y$ )

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil)

terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas (Kotler dan Keller 2018:138)

### 3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Penelitian perlu untuk membuat sebuah operasionalisasi variabel penelitian agar memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden. Dengan adanya operasionalisasi variabel penelitian dapat membantu dalam menentukan dimensi, indikator, ukuran dan skala yang digunakan dari setiap variabel penelitian. Selain itu, operasionalisasi variabel berguna agar penelitian ini tetap berada sesuai dengan konteks yang ada pada variabel-variabel penelitian.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Atmosfir mengacu pada desain dari sebuah lingkungan yang distimulasi oleh panca indra. Berman and Evan (2018:464	Exterior	Keunikan bangunan	Tingkat keunikan bangunan	Ordinal	1
		Papan nama	Tingkat kejelasan papan nama	Ordinal	2
		<i>Lighting</i>	Tingkat pencahayaan ruangan	Ordinal	3
		Kebersihan	Tingkat kebersihan ruangan	Ordinal	4
		Suhu udara	Tingkat pengaturan suhu udara	Ordinal	5
	<i>Store Layout</i>	Keteraturan ruang konsumen	Tingkat keteraturan ruang konsumen	Ordinal	6
		Keterampilan pengelompokan barang	Tingkat keterampilan	Ordinal	7

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
			pengelompokan barang		
	<i>Interior Display</i>	Ketersediaan tanda petunjuk	Tingkat keteraturan tanda petunjuk		8
		Kemeranirakan dekorasi ruangan	Tingkat kemenarikan dekorasi ruangan	Ordinal	9
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.  Kotler & Keller (2016:157)	<i>Features</i>	Keragaman produk	Tingkat keragaman produk	Ordinal	10
	<i>Performance</i>	Kesesuaian menu	Tingkat kesesuaian menu	Ordinal	11
	Daya tahan produk	Daya tahan produk	Tingkat daya tahan produk yang tahan lama	Ordinal	12
	Estetika	Desain suatu produk	Tingkat desain suatu produk	Ordinal	13
	<i>Reability</i>	Kehandalan produk	Tingkat kehandalan produk	Ordinal	14
	<i>performance</i>	Kemudahan perbaikan	Tingkat kemudahan perbaikan	Ordinal	15
	<i>Percieved Quality</i>	Kualitas atau keunggulan produk	Tingkat kualitas / keunggulan produk	Ordinal	16

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
	<i>Conformance to spesification</i>	Kesesuaian dengan selera	Tingkat kesesuaian dengan selera	Ordinal	17
<p>24Kepuasan Konsumen (Y) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kotler dan Keller (2018:138)</p>	<i>Performance (Kinerja)</i>	Pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	Tingkat kesesuaian pelayanan dengan kebutuhan pelanggan	Ordinal	18
		Fasilitas yang disediakan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan	Tingkat kesesuaian fasilitas yang disediakan dengan standar yang telah ditetapkan	Ordinal	19
		Citra yang dimiliki perusahaan sesuai dengan kinerja	Tingkat kesesuaian citra perusahaan dengan kinerja	Ordinal	20
		Biaya yang dikeluarkan pelanggan sebanding dengan hasil yang diperoleh pelanggan	Tingkat kesebandingan biaya yang dikeluarkan pelanggan dengan hasil yang diperoleh pelanggan	Ordinal	21
	<i>Expectation (Harapan)</i>	Terpenuhinya harapan konsumen	Tingkat harapan konsumen atas desain kenyamanan tempat yang menarik	Ordinal	22
		Terpenuhinya janji perusahaan	Tingkat harapan konsumen atas terpenuhinya janji perusahaan	Ordinal	23

Sumber : Data diolah peneliti,2021

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Penelitian diperlukan objek atau subjek sebagai sesuatu yang harus diteliti dan kemudian dijadikan populasi dan sampel penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi berupa subjek ataupun objek yang diteliti untuk dipelajari dan kemudian ditentukan kesimpulan, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang diteliti. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi sehingga hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel dapat digeneralisasi ke pada Populasi. Pengambilan sampel digunakan bila populasi yang diteliti sangat besar dan penulis memiliki batasan untuk meneliti seluruh populasi.

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Corpe, Donald, R Schindler, Pamela S (dalam Sugiyono 2019) menyatakan bahwa *“Population is the total collection of element about which we wish to make some inference. A population element is the subject on which the measurement is being taken. It is the unit of study”*. Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah Generalisasi. Halaman populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Dalam hal ini menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah Generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi penelitian dalam penyusunan skripsi adalah para pengunjung café Jatinangor House Bandung. Berikut data pengunjung dari bulan Januari-Desember 2020.

**Tabel 3.2**  
**Data Pembeli Jatinangor House Bandung**  
**Januari-Desember 2020**

No	Bulan	Jumlah Pembeli
1	Januari	210
2	Februari	188
3	Maret	233
4	April	195
5	Mei	172
6	Juni	259
7	Juli	407
8	Agustus	611
9	September	529
10	Oktober	675
11	November	1.237
12	Desember	902
<b>Total</b>		<b>5.618</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>468</b>

Sumber: Data Internal Jatinangor House, 2021

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penulis dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul betul representatif (mewakili). Bila sampel tidak representatif, makai ibarat empat orang yang ditutupi mata disuruh menyimpulkan karakteristik gajah. Sedangkan teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden menggunakan rumus Yamane dsn Isaac dan Michael (dalam Sugiyono, 2019:137) sampel yang akan ditentukan dengan persentase kelonggaran atau tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah sebesar 5%.



Rumus Yamane :

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

Keterangan :

$n$  = Ukuran sampel yang diperlukan

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), biasanya 1%, 5%, 10%  
(tergantung banyaknya sampel)

Ukuran populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 468 orang responden. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Yamane sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{468}{1 + 468(0,1)^2} = \frac{468}{5,68} = 82 \text{ Orang}$$

Maka sampel pada penelitian ini menggunakan 82,3 orang.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2019:128) Teknik sampling adalah merupakan Teknik pengambilan sample untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.

Teknik sampling adalah Teknik menentukan siapa yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu Probability sampling dan nonprobability sampling. pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability* sampling dengan Teknik

*purposive* sampling yaitu suatu metode penarikan sampel *Probabilitas* yang dilakukan dengan kriteria tertentu. Sampel penelitian ini diambil secara *purposive* sampling, di mana sampel digunakan apabila memenuhi kriteria yaitu seseorang yang memiliki pengalaman melakukan pembelian Jatinangor House.

**Tabel 3.3**  
**Karakteristik Responden**

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1.	Jenis Kelamin	1. Perempuan 2. Laki-laki
2.	Usia	1. 17 – 25 Tahun 2. 26 – 35 Tahun 3. >35 Tahun
3.	Pendidikan	1. SMA 2. Ahli Madya (D3) 3. Strata Satu (S1) 4. Strata Dua (S2) 5. Strata Tiga (S3)
4.	Pekerjaan	1. Pelajar 2. Mahasiswa 3. Pegawai Swasta 4. PNS 5. Lainnya
5.	Penghasilan	1. < Rp 1.000.000 per bulan 2. Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000 per bulan 3. Rp 2.600.000 – Rp 3.500.000 per bulan 4. Rp 3.600.000 – Rp 4.500.000 per bulan 5. Rp > Rp 4.500.000 per bulan
6.	Frekuensi pembelian	1. 1 kali per bulan 2. > 1 kali per bulan

Sumber: Data Diolah Penulis, 2022

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:296) Teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Jika dilihat

dari sumbernya, maka data dibagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder.

Berikut teknik pengumpulan data:

1) Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dimaksud untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Pengamatan (Observasi)

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung pada Jatinangor Hosue Bandung. Menurut Sugiyono (2017:203) observasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2017:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan atau pihak yang berwenang atau bagian lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak Jatinangor House Bandung.

c. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan satu persatu kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Kuesioner akan diberikan kepada konsumen Jatinangor Hosue Bandung.

d. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan factor penunjang yang

bersifat teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet, dan data perusahaan antara lain data penjualan dan data pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

### **3.5 Uji Instrumen**

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrument penelitian. Menurut Sugiyono (2020:156) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

#### **3.5.1 Uji Validitas**

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2020:175) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh penulis. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor

totalnya. Dalam mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus menurut Sugiyono (2020:246) adalah 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 korelasi *product moment*

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum x_i$  = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum y_i$  = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

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

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

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

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika  $r$  hitung  $\leq r$  hitung, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Sugiyono (2020:180) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 22 (*Statiscal Product and Service Solution 22*). Validitas suatu butir pertanyaan

dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul item Total Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan ukuran mana yang dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan ukuran mana yang harus dilakukan jika dilakukan pengukuran 2 (dua) kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2020:185) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Untuk uji reliabilitas digunakan metode *Cronbach Alpha*, 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-rumus *spearman brown*. Berkenaan dengan hal tersebut melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas 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 genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus :

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

Keterangan :

$r_{AB}$  = Korelasi *Pearson Product Moment*

$\Sigma A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\Sigma B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\Sigma A^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\Sigma B^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\Sigma AB$  = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus

korelasi *spearman brown* sebagai berikut :

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

Keterangan :

$r$  = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

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

Nilai reliabilitas instrumen ( $r_b$  hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel.

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 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

### **3.6 Metode Analisa dan Uji Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2020:206) metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan. Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2020:207). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Berdasarkan pendapat yang telah di paparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen ( $X_1$ ) = *Store Atmosphere*, ( $X_2$ ) = Kualitas Produk terhadap variabel dependen ( $Y$ ) = Kepuasan Pelanggan.



### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang tujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan pelanggan terhadap variabel  $X_1$  (store atmosphere), variabel  $X_2$  (kualitas produk), dan variabel  $Y$  (kepuasan pelanggan) Jatinangor House. Menurut Sugiyono (2020:64) analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2020:146) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pertanyaan (item positif hingga item negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh responden. Adanya skor ini dapat memberikan masing-masing jawaban pernyataan alternatif, menurut Sugiyono (2020:147) skor skala likert adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Alternatif Jawaban Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2020:147)

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuisisioner penelitian ini akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat setuju memiliki nilai 1 (satu). Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen dan independen diatas dalam oprasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuisisioner. Skala likert digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya menggambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya:

$$\Sigma p = \frac{\Sigma \text{Jumlah Kuisisioner}}{\Sigma \text{Pertanyaan} \times \Sigma \text{Responden}} = \text{Skor Rata - rata}$$

Setelah rata-rata skor dihitung, maka untuk mengkategorikan mengklasifikasikan kecenderungan jawaban responden kedalam skala dengan formulasi sebagai berikut :

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

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

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui kategori skala tabel yang disajikan pada uraian selanjutnya:

**Tabel 3. 1**  
**Kategori Skala**

No	Interval	Kategori
1	1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,81-2,60	Tidak Baik
3	2,61-3,40	Kurang Baik
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber : sugiono (2020:148)

Nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum, yaitu sebagai berikut:



**Gambar 3.1 Garis Kontinum**

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Menurut Sugiyono (2020:65) Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Teknik analisis ini digunakan untuk

mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode yang akan dibahas pada sub bab berikutnya.

### 3.6.2.1 *Method Of Succive Internal (MSI)*

Data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner masih dalam bentuk skala ordinal, dikarenakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda dalam pengolahan datanya maka data tersebut harus dirubah dari skala ordinal menjadi skala interval dengan menggunakan teknik *Method of Successive Interval (MSI)*. Berikut adalah langkah-langkah *Method of Successive Interval (MSI)*

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pernyataan).
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 proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z. Untuk data > 30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal.
6. Menghitung *Scale Value (SV)* untuk masing-masing responden dengan rumus berikut :

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

Keterangan:

*SV (Scale Value)* : Rata-rata Interval

*Density at lower limit* : Kepaduan batas bawah

*Density at upper limit* : Kepaduan batas atas

*Area under upper limit* : Daerah dibawah batas atas

*Area under lower limit* : Daerah dibawah batas bawah

7. Melakukan transformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai interval dengan rumus:

$$Y = S_{vi} + [SV \text{ min}]$$

Catatan, SV yang nilainya kecil atau harga negatif terbesar diubah menjadi sama dengan satu.

### 3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2020:213) menyatakan bahwa Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan atau diturunkan nilainya. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel store atmosphere ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Sugiyono (2020:258) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

$\alpha$  = Bilangan konstanta

b1 = Koefisien Regresi (*Store Atmosphere*)

b2 = Koefisien Regresi (Kualitas Produk)

X<sub>1</sub> = Variabel bebas (*Store Atmosphere*)

X<sub>2</sub> = Variabel bebas (Kualitas Produk)

e = Tingkat kesalahan (*standard error*)

### 3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono (2020:213) Analisis Korelasi Berganda yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel independen atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel dependen. Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel *store atmosphere* (X<sub>1</sub>), dan kualitas produk (X<sub>2</sub>), terhadap kepuasan pelanggan (Y). Keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah Koefisien Korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi. Adapun rumus korelasi berganda menurut Sugiyono (2020:257) adalah sebagai berikut:

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Dimana:

$R_{yx_1x_2}$  = korelasi antara variabel  $X_1$  dengan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variabel Y

$ryx_1$  = korelasi product moment antara  $X_1$  dan Y

$ryx_2$  = korelasi Product moment antara  $X_2$  dan Y

$rx_1x_2$  = Korelasi Product moment antara  $X_1$  dengan  $X_2$

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

Apabila  $r = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel *store atmosphere* ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan variabel Y (kepuasan pelanggan).

Apabila  $r = -1$ , artinya terdapat hubungan antara *store atmosphere* ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan variabel Y (kepuasan pelanggan) variabel negatif.

Apabila  $r = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan korelasi antara *store atmosphere* ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan variabel Y (kepuasan pelanggan).

Tabel 3.6 yaitu taksiran besarnya koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi**

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

Sumber : Sugiyono (2020:248)

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2019:99). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial dan simultan. Untuk menguji hipotesis digunakan Uji t dan Uji F serta didukung dengan nilai Koefisien Determinasi ( $r^2$ ). Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ).

### **3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji dilaksanakan dengan langkah membandingkan nilai dari F hitung dengan F tabel. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel terikat. Hipotesis statistik yang diajukan sebagai berikut:

$H_0 : b_1, b_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.



$H_0: b_1 \neq b_2 = 0$ , Terdapat pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Kedua hipotesis tersebut kemudian diuji untuk mengetahui apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$R^2$  = Kuadrat koefisien korelasi ganda

$K$  = Banyaknya variabel bebas

$N$  = Ukuran sampel

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

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

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

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima (signifikan).

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak (tidak signifikan).

### 3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji dilaksanakan dengan langkah membandingkan t hitung dengan t tabel. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta_1 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen produk Jatinangor House.

2. H1 :  $\beta_1 \neq 0$ , Terdapat pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen produk Jatinangor House.
3. H0 :  $\beta_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen produk Jatinangor House.
4. H1 :  $\beta_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen produk Jatinangor House.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan taraf signifikan 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus sebagai berikut:

$$T_{hitung} = \frac{rp\sqrt{n} - 2}{1 - rp}$$

Dimana :

Thitung = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

rp = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis thitung dibandingkan dengan ttabel dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika  $thitung \geq ttabel$  maka H0 ditolak, H1 diterima (signifikan).

Jika  $thitung \leq ttabel$  maka H0 diterima, H1 ditolak (tidak signifikan).

#### 3.6.4 Analisis Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel  $X_1$  (*Store Atmosphere*) dan variabel  $X_2$  (Kualitas Produk) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi dilakukan dengan analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus berikut:

### 1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (Simultan)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel  $X_1$  (*Store Atmosphere*) dan variabel  $X_2$  (Kualitas Produk) terhadap variabel  $Y$  (Kepuasan Konsumen) secara simultan dengan rumus berikut ini:

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

Keterangan:

$Kd$  = Nilai koefisien determinasi

$r^2$  = Kuadrat dari koefisien ganda

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

### 2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel. Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel  $X_1$  (*store atmosphere*) dan variabel  $X_2$  (kualitas produk) terhadap variabel  $Y$  (kepuasan pelanggan) secara parsial, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$\beta$  = Beta (Nilai Standarliezed Coefficient)

Zero Order= Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila:

$Kd = 0$ , berarti pengaruh variabel  $X$  terhadap variabel  $Y$ , lemah.  $Kd = 1$ , berarti pengaruh variabel  $X$  terhadap variabel  $Y$ , kuat.

### **3.7 Rancangan Kuesioner**

Menurut Sugiyono (2020:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner itu berisi pernyataan mengenai variabel *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Responden memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala Likert.

### **3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang akan disebar kepada objek penelitian yaitu konsumen Jatinangor Hosue Bandung yang memiliki pengalaman membeli produk dan layanan yang diberikanm Jatinangor House Bandung tersebut dibuat dengan menggunakan *google form*. Penelitian akan dilaksanakan pada Jatinangor House Bandung di Jl. Cisituh Indah No.4, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat.