

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai alat untuk mencapai tujuan penelitian dan memecahkan masalahnya. Penelitian survei yang dikemukakan oleh Sugiyono (2021:57) metode 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. Tujuan penelitian survei adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail dengan latar belakang, sifat-sifat, serta karakteristik yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum yang berhubungan dengan masalah akan di teliti. Menurut Sugiyono (2021:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif karena ada variabel yang akan diteliti hubungannya. Selain itu, tujuannya adalah untuk memberikan gambaran terstruktur dan faktual tentang hubungan antar variabel. Metode kuantitatif dalam Sugiyono (2021:16) metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan

untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Karena penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, data yang dibutuhkan dari subjeknya adalah data angka yang dihasilkan dari perhitungan dan pengukuran nilai masing-masing variabel.

Metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2021:147) adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2021:325) dalam penelitian deskriptif data dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, uraian singkat, dan lain-lain, sehingga dapat menggambarkan objek penelitian. Dalam penelitian ini pendekatan penelitian deskriptif untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan mengenai barista, produk, *store atmosphere*, kepuasan konsumen (survey pada konsumen Unara *Coffee*).

Metode penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2021:65) adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuannya untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain. Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh barista, produk dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Unara *Coffee*.

3.2 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan penjelasan tentang definisi dan makna batasan luasnya penelitian yang akan dilakukan. Untuk mengubah masalah yang diteliti menjadi

variabel, dibutuhkan operasionalisasi variabel. Selanjutnya, dibutuhkan untuk menentukan jenis dan indikator variabel yang terkait. Berdasarkan variabel ini, penelitian dapat diolah untuk menemukan solusi masalah.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2021:68) adalah karakteristik, sifat, atau orang, objek, atau kegiatan yang mengalami perubahan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Ada dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini: variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2021:69), variabel bebas adalah faktor yang menyebabkan variabel dependen berubah atau muncul. Sementara itu, variabel dependen menurut Sugiyono (2021:68) adalah faktor yang disebabkan oleh adanya variabel bebas. Sebelum mengumpulkan atau memulai pengumpulan data, variabel harus ditentukan melalui penelitian yang dilakukan.

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dengan penelitian. Pada penelitian ini terdapat empat variabel yang akan diteliti, variabel Barista(X1), Produk (X2) sebagai variabel independent. *Store atmosphere (Y)* merupakan variabel intervening dan Kepuasan konsumen (Z) sebagai variabel dependen. Berikut ini adalah penjelasan mengenai variabel dari masing-masing variabel yaitu:

1. Barista (X1)

Menurut W Wachdijono, AC Yahya (2021) menyatakan bahwa secara teknis barista adalah seseorang yang sudah terlatih secara professional untuk membuat

espresso, plus memiliki keahlian tingkat tinggi untuk meracik kopi-kopi yang melibatkan berbagai campuran dan rasio semacam latte atau cappuccino.

2. Produk (X2)

Menurut Kotler et al (2022:62) menyatakan bahwa “*product is a marketable commodity that aims to create value for target customers*”.

3. Store atmosphere (Y)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:402) menyatakan bahwa “*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*”.

4. Kepuasan konsumen (Z)

Menurut Fatihudin dan Firmasnyah (2019:206), kepuasan pelanggan adalah ukuran atau indikator seberapa puas pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa dengan produk-produk atau jasa yang diterima. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substansial dari suatu konsep, tujuannya agar mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, oleh karena itu harus memasukkan proses atau operasional alat yang digunakan untuk kuantifikasi gejala variabel yang diteliti. Sesuai dengan judul penelitian yaitu pengaruh barista dan produk terhadap *store atmosphere* dan

dampaknya pada kepuasan konsumen maka terdapat empat variabel yang digunakan untuk mendapatkan indikator variabel, kemudian dikembangkan menjadi menjadi item-item pertanyaan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel Dan Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No
Barista (X1) Barista adalah seseorang atau sekelompok orang yang mampu atau memiliki kompetensi terkait minuman kopi di Unara <i>Coffee</i> . (Panggabean, 2012)	Keterampilan (<i>skilled</i>)	Tingkat keterampilan barista	Ordinal/ Likert	1
	Akurasi (<i>precision</i>)	Tingkat akurasi barista	Ordinal/ Likert	2
	Kecepatan (<i>speed</i>)	Tingkat kecepatan barista	Ordinal/ Likert	3
	Keramahan (<i>friendliness</i>)	Tingkat keramahan barista	Ordinal/ Likert	4
	Pengetahuan (<i>knowledgeable</i>)	Tingkat pengetahuan barista	Ordinal/ Likert	5
Produk (X2) Produk adalah produk yang diolah oleh barista dalam bentuk minuman berbasis kopi yang disajikan kepada konsumen kedai kopi di Unara <i>Coffee</i> . (Sidewalk, 2019)	Rasa produk (<i>product taste</i>)	Tingkat rasa produk	Ordinal/ Likert	6
	Aroma	Tingkat aroma produk	Ordinal/ Likert	7
	Ketersediaan (<i>availability</i>)	Tingkat ketersediaan produk	Ordinal/ Likert	8
	Varian produk (<i>product variants</i>)	Tingkat varian produk	Ordinal/ Likert	9
	Keunikan produk (<i>unique products</i>)	Tingkat keunikan produk	Ordinal/ Likert	10
	Kemasan/container (<i>packaging/container</i>)	Tingkat kemasan produk	Ordinal/ Likert	11
	Popularitas produk (<i>product popularity</i>)	Tingkat popularitas produk	Ordinal/ Likert	12
<i>Store atmosphere (Y)</i>	Tata letak meja dan kursi (<i>table and</i>	Tingkat tata letak meja dan bangku	Ordinal/ Likert	13

Variabel Dan Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No
Suasana toko adalah kondisi ruangan dan lingkungan kedai kopi di Unara <i>Coffee</i> yang berusaha membuat konsumen merasa nyaman dan senang dalam menikmati minuman kopi. (Rosdiana, 2021)	<i>chair layout</i>)			
	Suara musik (<i>music sound</i>)	Tingkat suara music	Ordinal/ Likert	14
	Ruangan ini berbau segar dan segar (<i>the room smells fresh and fresh</i>)	Tingkat ruangan berbau segar	Ordinal/ Likert	15
	Jaminan keamanan (<i>security guarantee</i>)	Tingkat jaminan kemanan ruangan	Ordinal/ Likert	16
	Fasilitas internet tersedia (<i>internet facility available</i>)	Tingkat fasilitas internet tersedia	Ordinal/ Likert	17
	Tempat parkir yang luas (<i>large parking space</i>)	Tingkat tempat parkir yang luas	Ordinal/ Likert	18
	Desain interior yang unik dan <i>instagrammable</i> (<i>unique and instagrammable interior design</i>)	Tingkat desain interior yang unik dan <i>instagrammable</i>	Ordinal/ Likert	19
	Fasilitas pembayaran <i>non</i> tunai tersedia (<i>non-cash payment facility available</i>)	Tingkat fasilitas pembayaran <i>non</i> tunai tersedia	Ordinal/ Likert	20
	Melakukan pemasaran online (<i>doing online marketing</i>)	Tingkat melakukan pemasaran online	Ordinal/ Likert	21
	Kamar toilet kering dan bersih (<i>dry and clean toilet room</i>)	Tingkat kamar toilet kering dan bersih	Ordinal/ Likert	22
Kepuasan Konsumen (Z)	Merasa puas/bahagia (<i>feeling satisfied/happy</i>)	Tingkat merasa puas/bahagia	Ordinal/ Likert	23
Kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen setelah membeli dan mengkonsumsi	Membuat pembelian berulang (<i>make a repeat purchase</i>)	Tingkat membuat pembelian berulang	Ordinal/ Likert	24

Variabel Dan Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No
minuman kopi di Unara <i>Coffee shop</i> . (D. Purnomo et al., 2023)	Pemenuhan harapan (<i>fulfillment of expectations</i>)	Tingkat pemenuhan harapan	Ordinal/ Likert	25
	Memberikan komentar positif (<i>provide positive comments</i>)	Tingkat memberikan komentar positif	Ordinal/ Likert	26
	Tidak peduli tentang merek lain (<i>don't care about other brands</i>)	Tingkat tidak peduli tentang merek lain	Ordinal/ Likert	27

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan suatu subjek atau topik yang akan diteliti guna memecahkan suatu masalah. Populasi dalam penelitian berfungsi sebagai objek penelitian. Penentuan populasi memudahkan peneliti dalam melakukan pengolahan data dan untuk mempermudah pengolahan data, peneliti memperoleh sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi, yang disebut sampel, dan sampel diperoleh dari teknik sampling.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2021:126) yang mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek-objek atau subjek-subjek yang mempunyai sifat-sifat dan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya.

Populasi penelitian adalah konsumen Unara *Coffee shop* yang jumlahnya tidak diketahui, sehingga jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus sesuai teori

Hair et al (2010:101) yang mengatakan, jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah indikator.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian populasi yang diambil dengan cara tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Menurut Sugiyono (2021:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Oleh karena itu, jumlah sampel yang diambil harus mewakili populasi penelitian saat ini. sampel digunakan karena keterbatasan waktu, tenaga, dana, serta jumlah populasi yang sangat besar dalam melakukan penelitian. Jadi, harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat diwakili). Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi penelitian menggunakan rumus sesuai teori Hair et al (2010:101) yang mengatakan, jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah indikator. Pada penelitian ini terdapat 27 indikator, maka jumlah responden minimal adalah 27 di kali 5 yaitu 135 responden. Menurut Hair et al (2010) bahwa ukuran sampel yang baik berkisar 100-200 responden. Pada penelitian ini jumlah sampel 135 responden yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2021:129) terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi

peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Tujuan menggunakan *non probability sampling* karena memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, sampling purposive, sampling jenuh dan snowball sampling. Teknik *non probability sampling* yang dipilih dalam penelitian ini yaitu jenis sampling insidental. Menurut Sugiyono (2021:138) sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Menurut Sugiyono sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (2021:153). *Purposive sampling* penentuan sampel dengan kriteria responden yang pernah membeli produk Unara *Coffee*.

Tabel 3. 2
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Konsumen	Keterangan
1	Jenis kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2	Usia	1. < 18 Tahun 2. 18 – 23 Tahun 3. 24 – 29 Tahun 4. 30 – 35 Tahun 5. > 35 Tahun
3	Pekerjaan	1. Pelajar 2. Mahasiswa/i 3. Wirausaha 4. PNS (Pegawai Negeri Sipil) 5. Pegawai Swasta

No	Karakteristik Konsumen	Keterangan
4	Frekuensi Berkunjung ke Unara <i>Coffee</i> (dalam 1 bulan)	1. < 2 kali 2. > 2 kali

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2024)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2021:297) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan yaitu mengumpulkan data dengan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari:

a. Penyebaran Angket (*Kuesioner*)

Sugiyono (2021:199) menyatakan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner akan diberikan kepada konsumen Unara *Coffee*. Hal ini untuk mengetahui tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Penyebaran kuesioner dapat melalui secara tulisan maupun digital, dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden atau melalui Google Form yang disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan.

b. Observasi

Sugiyono (2021:203) menyatakan bahwa observasi yaitu suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Observasi yang dilakukan dengan melakukan penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian yaitu konsumen *Unara Coffee*.

c. Wawancara (Interview)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak di *Unara Coffee*. Wawancara menurut Sugiyono (2018:195) digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan berhubungan dengan pemimpin atau pihak berwenang atau pihak yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

2. Penelitian Kepustakaan

Pengumpulan data melalui sumber-sumber tidak langsung yang berkaitan dengan topik bahasan, seperti penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan, literatur-literatur, dokumen yang ada kaitannya dengan objek penelitian. Penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang dimaksud untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Penelitian kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Jumlah variabel yang akan diteliti menentukan jumlah instrumen yang akan digunakan dalam penelitian. Instrumen penelitian digunakan untuk menghitung nilai variabel yang akan diteliti untuk mendapatkan data pendukung. Uji validitas dan reliabilitas adalah dua alat uji yang digunakan dalam penelitian ini. Uji validitas menunjukkan bahwa pernyataan relevan dengan pertanyaan atau tujuan penelitian. Uji reliabilitas menunjukkan seberapa konsisten pengukuran dari responden ke responden lainnya. Sugiyono (2021:156) mengatakan bahwa instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati, semua fenomena ini disebut sebagai variabel penelitian.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validasi adalah alat yang digunakan untuk menunjukkan seberapa tepat dan sesuai objek dengan data yang dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2021:175) uji validasi adalah salah satu derajat ketepatan data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, uji validasi menggunakan analisis item, yang berarti mengkorelasikan skor masing-masing item dengan skor total, yang merupakan jumlah total skor. Tujuan dari uji validasi ini adalah untuk menentukan validitas setiap instrumen yang diketahui. Pengujian validasi dapat dilakukan dengan cara analisis faktor, yaitu mengkorelasikan antara skor butir soal dengan total dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{[n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2][n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

R = Koefisien validiras item yang dicari

X = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

Y = Skor total instrumen

N = Jumlah responden dalam uji instrumen

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.

Koefisien kolerasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku menurut sugiyono (2021:215), sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka insrtumen atau item pertanyaan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika r hitung $\leq r$ tabel, maka insrtumen atau item pertanyaan tidak berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Untuk mengetahui validitas butir pernyataan tersebut harus dibandingkan dengan r table. Dengan taraf kesalahan 10%, dan $DF = N-2$ yaitu $DF = 135-2 = 133$ Koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,14 maka item tersebut dinyatakan valid, maka jika ditemukan koefisien antara item dengan total item di bawah 0,14 maka perlu di perbaiki kembali artinya item tersebut dinyatakan tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 26.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan ukuran mana yang dapat diandalkan atau dengan kata lain menunjukkan ukuran mana yang harus dilakukan jika dilakukan pengukuran 2 (dua) kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2021:185) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran pada objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item-item pernyataan yang termasuk dalam kuisisioner yang telah dinyatakan valid.

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach Alpha, yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap. 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. Kolerasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus:

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

Keterangan:

r_{AB} = Kolerasi Pearson Product Moment

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣA = Jumlah perkiraan skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Instrumen dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji coba reliabilitas pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha dengan dasar keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila variabel yang diteliti mempunyai Alpha Cronbach's $> 60\%$ (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliable.
- b. Apabila Alpha Cronbach's $< 60\%$ (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliable.

Pengujian reabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan software statistik yaitu SPSS versi 26.0 for windows.

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, membuat tabulasi berdasarkan variabel

dari semua responden, menampilkan data untuk setiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diusulkan. Langkah terakhir tidak diambil untuk penelitian yang belum memiliki hipotesis.

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. Statistik deskriptif juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, membuat prediksi dengan analisis regresi, dan melakukan seratus perbandingan dengan membandingkan data populasi atau sampel rata-rata. Menurut Sugiyono (2021:207), data harus dikumpulkan untuk membuktikan hipotesis itu benar.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa analisis data juga membantu dalam menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan membantu dalam menentukan pengaruh antar variabel.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan dan menggambarkan karakteristik dari variabel penelitian, serta untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk mengevaluasi tanggapan konsumen terhadap variabel (X1) barista, (X2) produk, dan variabel (Z) kepuasan konsumen melalui *Store atmosphere* (Y) sebagai variabel intervening. Menurut Sugiyono (2021:64) 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 dengan variabel lain.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2021:146), skala likert adalah sekala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item survei memiliki lima jawaban, masing-masing dengan bobot atau nilai yang berbeda. Setiap pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pertanyaan dari yang positif hingga yang negatif, karena skor ini membantu menentukan pilihan jawaban alternatif yang dimiliki peserta. Dengan skor ini, setiap jawaban alternatif dapat diberikan. Menurut Sugiyono (2021:147) skor skala likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
KS (Kurang Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2021:147)

Berdasarkan tabel 3.3 dapat diketahui bahwa bobot nilai pertanyaan positif dan *negative* berbanding terbalik. Kuesioner penelitian ini akan menggunakan pertanyaan 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 tidak setuju memiliki nilai 1 (satu). Pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan variabel dependen dan independen di atas dalam

operasionalisasi variabel ini, seluruh variabel diukur dengan alat ukur yang berbentuk kuesioner.

Skala likert digunakan untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan, setelah setiap indikator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya gambarkan 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:

$$\Sigma p = \frac{\Sigma \text{Jawaban Kuisisioner}}{\Sigma \text{Pertanyaan} \times \Sigma \text{Responden}} \times 100\% = \text{skor rata - rata}$$

Skor rata-rata yang telah diketahui dengan cara perhitungan tersebut, hasil dari skor rata-rata tersebut dimasukkan ke dalam sebuah garis kontinum dengan kecenderungan jawaban dari responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor. Kemudian, apabila hal tersebut telah dilakukan, selanjutnya akan dikelompokkan pada ruang skor yang ada. Dibawah ini adalah rumus rentang skor untuk mengkategorikannya, yakni sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kriteria jawaban}}$$

Keterangan:

Skor Minimum = 1

Skor Maksimum = 5

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

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut:

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00-1,80 maka dikategorikan sangat tidak baik.
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81-2,60 maka dikategorikan tidak baik.
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61-3,40 maka dikategorikan kurang baik.
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41-4,20 maka dikategorikan baik.
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21-5,00 maka dikategorikan sangat baik.

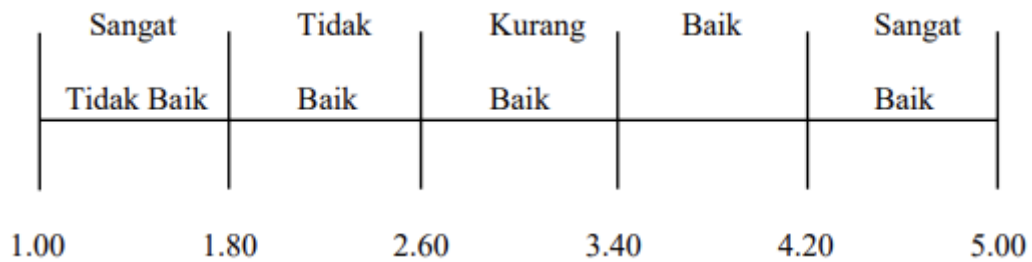
Tafsiran nilai tersebut dapat diidentifikasi. Ke dalam garis kontinum sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Kategori Skala

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

Sumber: Sugiyono (2021:148)

Setelah ini rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum yang disajikan sebagai berikut:



Sumber: Sugiyono (2021)

Gambar 3. 1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, sehingga diperoleh hasil yang memperkuat atau hasil mengukurkan teori atau hasil penelitian sebelumnya. Metode kuantitatif (verifikatif) juga merupakan metode pengolahan data dalam bentuk angka. Menurut Sugiyono (2021:329) analisis verifikatif adalah penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang kredibel. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut.

3.6.2.1 *Method of Succesive Interval (MSI)*

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasikan 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 Succesive Interval*). Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi

pearson, uji t dan lainnya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika kita hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut. Langkah-langkah dalam mengkonversikan skala ordinal adalah sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil yang digantikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 1-5 untuk setiap pertanyaan)
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal
4. Dengan menggunakan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z
6. Menghitung *Skala Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan sebagai berikut:

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

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. Menghitung skor hasil transportasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

Keterangan: Nilai Sv terkecil atau nilai negative terbesar diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

Pengolahan data dalam penelitian ini untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal kedalam skala ordinal kedalam skala interval.

3.6.2.2 Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah analisis jalur (*path analysis*) untuk mengetahui sebab akibat, dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel independen dengan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2021:46) analisis jalur merupakan bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat menyangkut dua jenis variabel yaitu variabel bebas atau yang lebih dikenal dengan variabel independen yang biasa disimbolkan dengan huruf X1, X2,... Xm, dan variabel terikat atau variabel dependen variabel yang dipengaruhi, yang dikenal dengan dependen variabel yang disimbolkan dengan huruf Y1, Y2,... Yn (Juanim, 2020:57).

Pengaruh independent variabel dan dependen variabel dalam analisis jalur dapat berupa pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung (*direct dan indirect effect*). Ini berbeda dengan nilai regresi biasa, di mana pengaruh variabel independen dan dependen variabel hanya berupa pengaruh langsung. Menurut Juanim (2020:57) pengaruh tidak langsung suatu independent variabel terhadap

dependen variabel adalah melalui variabel lain yang disebut dengan variabel antara (*intervening variable*). Ada beberapa persyaratan atau asumsi yang diperlukan untuk menggunakan analisis jalur (*path analysis*) yaitu:

1. Hubungan antar variabel dalam model linier dan adaptif.
2. Seluruh error (residual) diasumsikan tidak berkorelasi dengan yang lainnya.
3. Variabel diasumsikan dapat diatur secara langsung.
4. Model hanya berbentuk *recursive* atau searah.
5. Variabel-variabel diukur oleh skala interval.

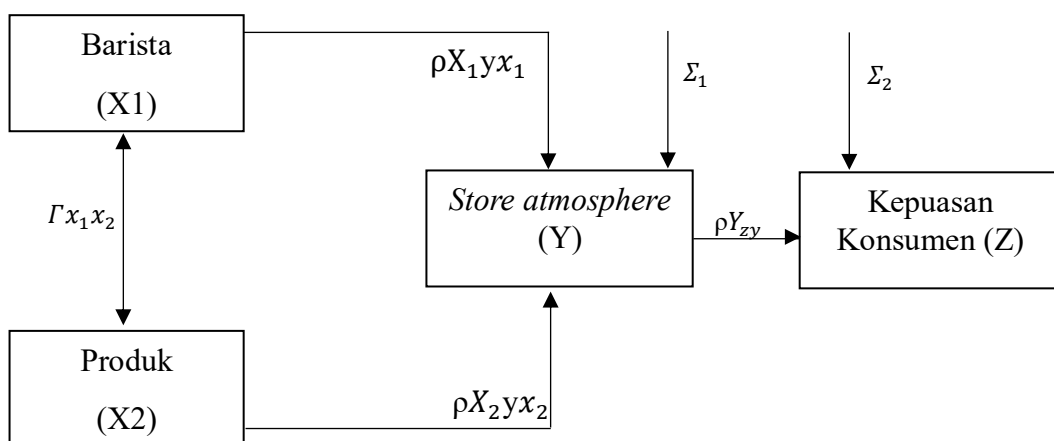
Teknik pengujian analisis jalur Menurut Juanim (2020) penjabaran mengenai analisis jalur sebagai berikut:

1. Konsep Dasar
2. Path Diagram (diagram jalur)
3. Koefisien jalur
4. Pengaruh Lansung dan Tidak Langsung

Faktor determinan yaitu penentuan variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen, juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur-jalur) pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Alasan penggunaan analisis jalur dalam penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari setiap variabel yang diteliti.

3.6.2.3 Path Diagram

Penelitian ini menggunakan analisis jalur berdasarkan pendapat Juanim (2020:57) Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis struktur hubungan kausalitas antar variabel independen, intervening dan dependen. Analisis jalur variabel yang dianalisis kausalitasnya dibedakan menjadi dua golongan yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang variabelitasnya diasumsikan terjadi bukan karena penyebab-penyebab didalam model atau dengan kata lain variabel ini tidak ada yang mempengaruhi, sedangkan variabel endogen merupakan variabel yang variasinya terjelasa oleh variabel eksogen dalam variabel endogen dalam sistem menurut Juanim (2020:58). Variabel eksogen pada penelitian ini adalah barista (X1) dan produk (X2), sedangkan variabel endogen adalah *Store atmosphere* (Y) dan kepuasan konsumen (Z). Model hubungan antara variabel yang telah dijelaskan tersebut dapat dilihat melalui diagram jalur sebagai berikut:



Gambar 3. 2
Model Analisis Jalur Keseluruhan

Besarnya pengaruh variabel eksogen dan variabel endogen dapat dilihat melalui koefisien jalur mengindikasikan besarnya jalur dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen. Koefisien jalur biasanya dicantumkan pada diagram jalur yang dinyatakan dengan nilai numeric untuk memastikan koefisien jalur, jika hanya satu variabel eksogen (X) mempengaruhi secara langsung terhadap variabel endogen (Y dan Z) maka ρ_{yx} di estimasikan dengan korelasi sederhana (simple correlation) antara X dan Y jadi $\rho_{yx} = r_{xy}$ menurut Juanim (2020:59).

Keterangan:

ρ_{X_1y} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_1 terhadap Y

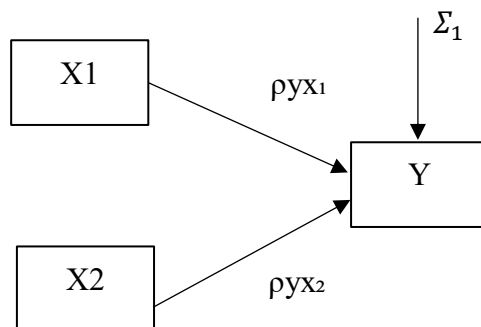
ρ_{X_2y} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_2 terhadap Y

ρ_{Zy} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung Z terhadap Y

3.6.2.4 Persamaan Struktural

Dalam analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan struktural, persamaan struktural menggambarkan hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti yang dinyatakan dalam bentuk persamaan sistematis menurut Juanim (2020:60). Analisis ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$1. y = \rho_{X_1 Y} X_1 + \rho_{X_2 Y} X_2 + \Sigma_1$$



Gambar 3. 3
Model Struktur I Hubungan X_1 dan X_2 dengan Y

Dimana:

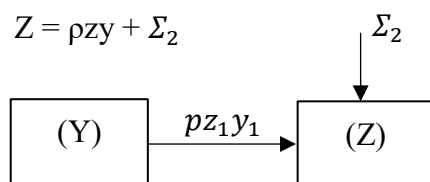
X_1 = Barista

X_2 = Produk

Y = *Store Atmosphere*

Σ_1 = Faktor lain yang mempengaruhi Y selain X

$$2. Z = \rho_{ZY} Y + \Sigma_2$$



Gambar 3. 4
Model Struktur II Hubungan Y dan Z

Dimana:

Y = *Store Atmosphere*

Z = Kepuasan Konsumen

Σ = Faktor yang mempengaruhi Z selain

Keterangan:

ρ_{ZY} = Faktor yang mempengaruhi Z selain Y

3.6.2.5 Pengaruh langsung dan tidak langsung

Berdasarkan diagram jalur dapat dilihat bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variabel

independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah situasi dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen atau variabel lain yang disebut variabel intervening dalam Juanim (2020:62). Pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dilihat sebagai berikut:

1. Hasil Langsung (*Direct Effect*)

Hasil dari X1 dan X2 terhadap Y dan Y terhadap Z atau lebih sederhana dapat disajikan sebagai pengaruh langsung

$$X1 \longrightarrow Y = pyx_1$$

$$X2 \longrightarrow Y = pyx_2$$

$$Y \longrightarrow Z = pzy$$

2. Hasil tidak langsung (*Indirect effect*)

Hasil tidak langsung (*Indirect effect*) adalah dari X terhadap Z melalui Y, atau lebih sederhana dapat dilihat dari sebagai berikut:

$$X1 \rightarrow Y \rightarrow Z = pyx_1 \cdot pzy$$

$$X2 \rightarrow Y \rightarrow Z = pyx_2 \cdot pzy$$

3. Hasil total (*Total effect*)

Hasil total adalah penjumlahan dari hasil pengaruh langsung dan hasil pengaruh tidak langsung yang memuat keseluruhan variabel independen, intervening dan dependen yang dapat dilihat sebagai berikut:

Pengaruh total adalah penjumlahan DE dan IE (DE+IE).

Penjelasan rumus diatas memperlihatkan bahwa hasil langsung diperoleh dari hasil analisis jalur nilai beta, sedangkan hasil tidak langsung diperoleh dengan

mengalihkan koefisien rho (nilai beta) yang melewati variabel antara (penghubung) dengan variabel lainnya, sedangkan pengaruh total merupakan hasil penjumlahan dari hasil pengaruh langsung dan tidak langsung.

3.6.2.6 Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara X1 (Barista), X2 (Produk), Y (Store Atmosphere), dan Variabel Z (Kepuasan Konsumen) hubungan antar variabel ini bisa disebut dengan “koefisien korelasi”. Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat tidaknya hubungan linier antara dua variabel. Berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

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

Keterangan:

R: Koefisien regresi

JKreg: Jumlah kuadrat dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dan korelasi

Mencari JKreg menggunakan rumus sebagai berikut:

$$JK_{reg} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

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

$$\Sigma Y^2 = \Sigma Y2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{N}$$

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

1. Apabila $r = 1$ artinya terdapat hubungan antara X_1 , X_2 , Y dan variabel Z semua positif
2. Apabila $r = -1$ artinya terdapat hubungan variabel negatif
3. Apabila $r = 0$ artinya tidak terdapat hubungan korelasi
4. Apabila nilai r diantara -1 dan 1 , maka tanda $(-)$ menyatakan adanya korelasi tak langsung antara korelasi negatif dan tanda positif $(+)$ menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif

Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan hubungan linear dan arah hubungan dua variabel acak. Pengaruh kuat atau tidaknya antara variabel maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.5
Besarnya Koefisien Korelasi

Internal Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2021:184)

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Sama

halnya dengan Sugiyono (2021:64) 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 empiris. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh barista, produk dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_1).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis secara parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel lain, apakah berhubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1
 - a. $H_0: pyx_1 = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh signifikan barista (X1) terhadap *store atmosphere* (Y).
 - b. $H_1: pyx_1 > 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh signifikan barista (X1) terhadap *store atmosphere* (Y).
2. Hipotesis 2
 - a. $H_0 : pyx_2 = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh produk (X1) terhadap *store atmosphere* (Y).

- b. $H_1 : \rho_{yx_2} > 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh produk (X1) terhadap *store atmosphere* (Y).

3. Hipotesis 3

- a. $H_0 : \rho_{zy} = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh *Store atmosphere* (Y) terhadap kepuasan konsumen (Z)
- b. $H_1 : \rho_{zy} > 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh *Store atmosphere* (Y) terhadap kepuasan konsumen (Z)

Untuk menguji hipotesis parsial maka dapat dilakukan pengujian yang digunakan adalah uji t dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlah sampel

r^2 = Nilai Korelasi parsial

K = Jumlah variabel independent

Pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut *thitung* dibandingkan *ttabel* dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $thitung > ttabel$ maka H_0 ditolak. H_a diterima.
- b. Jika $thitung < ttabel$ maka H_0 diterima. H_a ditolak.

3.6.3.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Maka akan dilakukan secara simultan dengan 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. Pengajuan hipotesis dengan menggunakan uji simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan tingkat signifikan secara simultan atau keseluruhan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui intervening. Pada penelitian ini peneliti mengajukan hipotesis dengan taraf nyata $\alpha = 0,1$ sebagai berikut:

4. Hipotesis 4

- a. $H_0: \rho_{YX_1X_2} = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh barista (X1) dan produk (X2) terhadap *Store atmosphere* (Y)
- b. $H_1: \rho_{YX_1X_2} > 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh barista (X1) dan produk (X2) terhadap *Store atmosphere* (Y)

5. Hipotesis 5

- a. $H_0: \rho_{ZYX_1} = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh barista (X1) dan produk (X2) melalui *Store atmosphere* (Y) terhadap kepuasan konsumen (Z)
- b. $H_1: \rho_{ZYX_1} > 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh barista (X1) dan produk (X2) melalui *Store atmosphere* (Y) terhadap kepuasan konsumen (Z)

6. Hipotesis 6

- a. $H_0: \rho_{ZYX_2} = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh produk (X2) melalui *Store atmosphere* (Y) terhadap kepuasan konsumen (Z)

- b. $H_1: \rho_{zyx_2} > 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh produk (X2) melalui *Store atmosphere* (Y) terhadap kepuasan konsumen (Z)

Pada uji simultan uji statistik yang digunakan adalah uji F untuk menghitung nilai F secara manual dapat menggunakan rumus F berikut ini:

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

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Nilai untuk uji F dilihat dari tabel distribusi F dengan $\alpha = 0,1$ dan derajat bebas (k; n-k-1), selanjutnya F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

3.6.3.3 Uji Sobel (Sobel Test)

Pengujian hipotesis mediasi dilakukan dengan uji sobel, uji ini digunakan untuk menguji kekuatan pengaruh tidak langsung atau mediasi (Ghozali, 2018). Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Z) melalui variabel intervening (Y). Dasar pengambilan keputusan pada uji sobel ini dilakukan dengan membandingkan nilai

thitung dengan ttabel. Apabila thitung > ttabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi.

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Keterangan:

Sab = besarnya standar error pengaruh tidak langsung

a = jalur variabel independen (X) dengan variabel mediasi (Z)

b = jalur variabel mediasi (Z) dengan variabel dependen (Y)

sa = standar error koefisien a

sb = standar error koefisien b

Adapun kriteria uji sobel adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai p-value < taraf signifikansi 0,10, maka H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening/mediasi.
- b. Jika nilai uji sobel > ttabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening/mediasi.

3.6.3.4 Analisis Koefisien Determinasi (**R²**)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel X1 (Brista), X2 (Produk), terhadap Y (Store Atmosphere) dan dampaknya terhadap Z (Kepuasan Konsumen) yang dinyatakan bentuk persentase

(%). Nilai determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Kemudian Langkah menghitung analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi simultan dan analisis koefisien determinasi parsial dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X1 (Brista), X2 (Produk), terhadap Y (Store Atmosphere) dan dampaknya terhadap Z (Kepuasan Konsumen) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R² = Kuadrat dari koefisien berganda

Berdasarkan nilai koefisien determinasi yang telah diperoleh, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat melalui kriteria untuk analisis koefisien determinasi yaitu sebagai berikut:

- c. Jika Kd mendekati (0) berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah
- d. Jika Kd mendekati satu (1) berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat

2. Analisis koefisien determinasi parsial

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

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

Keterangan:

β = Beta (nilai standardized coefficients)

Zero Order = Matrik 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 (2021:199) 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 barista, produk dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Rancangan kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang diberikan pada responden

telah dibatasi atau telah ditentukan oleh peneliti. Sehingga responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan, seperti terdapat alternatif jawaban sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada beberapa konsumen Unara *Coffee* secara daring dengan menggunakan google form. Penelitian ini berlangsung pada bulan Maret 2024 hingga selesai.