

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian merupakan suatu alat yang didalam pencapaiannya berguna untuk memecahkan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2024:2) metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan permasalahan yang diteliti dengan cara yang sesuai prosedur penelitian. Secara rinci teknik pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen 911 *Coffe Shop* dengan menggunakan metode survei, dimana peneliti melakukannya untuk mendapatkan data yang sesuai untuk memecahkan masalah, pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (2024:56) survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah dari data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis". 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.

Data penelitian yang diperoleh tersebut, dianalisis secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2024:16) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode

penelitian yang berlandaskan pada filsafat sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2024:64) metode deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel itu sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel dengan variabel lain. Metode deskriptif ini dipergunakan untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2024:16) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh atau mengetahui hubungan sebab akibat dari hipotesis yang telah diajukan. Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen 911 Coffe Shop.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen 911 *Coffe Shop* Bandung). Masing-masing variabel didefinisikan dan dibuat operasionalisasi variabelnya.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Berdasarkan sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2024:67) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*), variabel terikat (*dependent variable*). Adapun Menurut Sugiyono (2024:69) variabel bebas (*independen*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel terikat (*dependen*) menurut Sugiyono (2024:69) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), dan keputusan pembelian (Y). Berikut merupakan definisi masing-masing variabel penelitian :

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2021:89), “Kualitas pelayanan adalah sejauh mana suatu layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Ini sering diukur dengan dimensi seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan aspek fisik yang terlihat.”

2. Lokasi (X2)

Kotler&Amstrong, Balasudirman, (2023:417) Lokasi adalah aspek penting dalam strategi distribusi dan pemilihan tempat usaha. Dimensi Lokasi Mencakup faktor geografis, aksesibilitas, dan distribusi produk atau layanan.

3. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler & Keller, (2022:83), “ Keputusan pembelian adalah serangkaian tahapan yang dilalui konsumen dalam memilih, mengevaluasi, dan akhirnya membeli suatu produk atau jasa.”

3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menjabarkan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Untuk mengetahui lebih jelas, maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas pelayanan(X₁) “Kualitas pelayanan adalah sejauh mana suatu layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Ini sering diukur dengan dimensi seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan aspek fisik yang terlihat.” Parasuraman, Zeithaml, dan Berry(2021:89)	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Penampilan karyawan yang rapih.	Tingkat penampilan karyawan yang rapih	Ordinal	1
		Kelengkapan fasilitas	Tingkat kelengkapan fasilitas	Ordinal	2
	<i>Empathy</i> (Empati)	Kemampuan karyawan memahami keinginan ,kebutuhan konsumen	Tingkat Kemampuan karyawan memahami keinginan ,kebutuhan konsumen	Ordinal	3
		Keramahan karyawan	Tingkat Keramahan karyawan	Ordinal	4
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Kemampuan karyawan melayani konsumen	Tingkat Kemampuan karyawan melayani konsumen	Ordinal	5
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Kecepatan daya tanggap	Tingkat kecepatanggap karyawan	Ordinal	7

Lanjutan Tabel 3. 1

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			dalam melayani konsumen		
		Inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan pada konsumen	Tingkat Inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan pada konsumen	Ordinal	8
	<i>Assurance</i> (Jaminan/Kepercayaan)	Keamanan pelayanan Jasa	Tingkat Keamanan pelayanan Jasa	Ordinal	9
		Keyakinan konsumen pada kualitas layanan	Tingkat Keyakinan konsumen pada kualitas pelayanan	Ordinal	10
		Ketepatan waktu karyawan dalam pelayanan	Tingkat Ketepatan waktu karyawan dalam pelayanan	Ordinal	11
Lokasi (X2) Lokasi adalah aspek penting dalam strategi distribusi dan pemilihan tempat usaha. Dimensi Lokasi Mencakup faktor geografis, aksesibilitas, dan distribusi produk atau layanan. Kotler&Amstrong, Balasudirman, (2023:417)	<i>Accessibility</i> (Aksesibilitas)	Aksesibilitas transportasi umum di sekitar lokasi	Tingkat Aksesibilitas transportasi umum di sekitar lokasi	Ordinal	12
		Ketersediaan tempat parkir yang memadai	Tingkat Ketersediaan tempat parkir yang memadai	Ordinal	13
	<i>Visibility</i> (Visibilitas)	Lokasi strategis yang mudah ditemukan	Tingkat Lokasi strategis yang mudah ditemukan	Ordinal	14
		Papan nama dan logo yang menarik	Tingkat Papan nama dan logo yang jelas serta menarik	Ordinal	15
		<i>Coffe Shop</i> mudah terlihat dari jalan utama	Tingkat <i>Coffe Shop</i> mudah terlihat dari jalan utama	Ordinal	16
	<i>Traffic</i> (Lalu Lintas Pelanggan)	Banyaknya orang yang berlalu lalang di sekitar sekitar 911 Coffe shop	Tingkat Banyaknya orang yang berlalu lalang di sekitar sekitar 911 Coffe shop	Ordinal	17
		Akses lalu lintas menuju	Tingkat Akses lalu lintas	Ordinal	18

Lanjutan Tabel 3. 1

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		911 coffe shop lancar	menuju 911 coffe shop lancar		
	<i>Environment</i> (Lingkungan Sekitar)	Keamanan lingkungan sekitar 911 <i>Coffe Shop</i>	Tingkat Keamanan lingkungan sekitar 911 <i>Coffe Shop</i>	Ordinal	19
		Suasana yang mendukung kenyamanan pelanggan	Tingkat Suasana yang mendukung kenyamanan pelanggan	Ordinal	20
	<i>Complementary Business</i> (Keberadaan Bisnis Pendukung)	Daya tarik area sekitar yang membuat pelanggan lebih sering berkunjung	Tingkat Daya tarik area sekitar yang membuat pelanggan lebih sering berkunjung	Ordinal	21
		Keberadaan bisnis lain yang bisa mendukung coffee	Tingkat Keberadaan bisnis lain yang bisa mendukung coffee	Ordinal	22
Keputusan Pembelian (Y) “ Keputusan pembelian adalah serangkaian tahapan yang dilalui konsumen dalam memilih, mengevaluasi, dan akhirnya membeli suatu produk atau jasa.” Kotler & Keller, (2022:83)	Pemilihan Produk	Pemilihan Produk Sesuai dengan Kebutuhan	Tingkat pemilihan produk sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	23
		Keberagaman Varian Produk	Tingkat pemilihan produk karena keberagaman varian produk	Ordinal	24
	Pemilihan Merek	Pemilihan karena kepopuleran merek	Tingkat Pemilihan karena kepopuleran merek	Ordinal	25
	Pemilihan Penyalur	pemesanan produk melalui marketplace seperti GoFood atau ShopeeFood sangat praktis dan efisien.	Tingkat pemesanan produk melalui marketplace seperti GoFood atau ShopeeFood sangat praktis dan efisien.	Ordinal	26
	Waktu Pembelian	Melakukan pembelian secara rutin dalam waktu bulanan	Tingkat pembelian produk secara rutin setiap bulan	Ordinal	27

Lanjutan Tabel 3. 1

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		Pembelian produk sesuai produk sesuai berdasarkan waktu luang	Tingkat Pembelian produk sesuai produk sesuai berdasarkan waktu luang	Ordinal	28
	Jumlah Pembelian	Jumlah pembelian karena adanya rekomendasi dari orang lain	Tingkat Jumlah pembelian karena adanya rekomendasi dari orang lain	Ordinal	29
		Jumlah pembelian karena adanya potongan harga	Tingkat pembelian pada saat ada potongan harga	Ordinal	30
	Metode Pembayaran	Kemudahan dalam pembayaran	Tingkat kemudahan dalam pembayaran	Ordinal	31
		Ketersediaan informasi yang jelas mengenai pembayaran	Tingkat	Ordinal	32

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti, sehingga permasalahan yang dan dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi maka peneliti dapat melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah penelitian ada yang disebut sampel, yaitu bagian dari populasi. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian. Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai pengertian dan penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling.

3.3.1 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2024:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen 911 *Coffe Shop* Bandung adapun jumlah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di 911 *Coffe Shop* pada tahun 2023 yang akan peneliti sajikan yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. 2
Data Pengunjung 911 Coffe Shop

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	September	1.456
2.	Oktober	885
3.	November	880
4.	Desember	770
5.	Januari	756
Jumlah		4.747
Rata-rata		950

Sumber : Data Internal 911 *Coffe Shop*

Berdasarkan tabel 3.2 di atas maka dapat dilihat bahwa pengunjung 911 *Coffe Shop* mengalami kenaikan dan penurunan selama bulan September Populasi akan diambil dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah pengunjung selama September 2024 sebanyak $4.747/5 = 950$ orang. Jumlah dibagi 5 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari 911 *Coffe Shop*.

3.3.2 Sampel

Suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2024:127) mengemukakan bahwa

sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Dimana

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

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

$$n = \frac{950}{1 + 950 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{950}{10,5} = 90,48 \text{ atau } 90$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 90,48 atau 90 orang. Penelitian ini menggunakan batas kesalahan 10% berarti memiliki tingkat akurasi 90%. Jumlah tersebut akan dijadikan ukuran sampel penelitian di *911 Coffe Shop*.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2024:128) menjelaskan bahwa teknik sampling merupakan

teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat teknik sampling yang digunakan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling, menurut Sugiyono (2024:131) non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu teknik non probability sampling yang digunakan oleh peneliti adalah insidental sampling. Menurut Sugiyono (2024:133) insidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Kuesioner akan disebarakan melalui Google Form kepada responden yang pernah membeli produk di 911 *Coffe Shop* dengan menetapkan beberapa kriteria terlebih dahulu dari mulai jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan per bulan, motivasi berikunjung, dan frekuensi berikunjung. Pada halaman berikutnya akan disajikan tabel mengenai karakteristik responden dari sampling insidental yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 3
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 3. Wirausaha 4. PNS 5. Pegawai Swasta

Lanjutan Tabel 3.3

No	Karakteristik Konsumen	Keterangan
4	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 4.500.000,- per bulan
5	Motivasi Berkunjung	1. Ingin Makan 2. Ingin Santai 3. Bertemu Teman 4. Mengerjakan Tugas
6	Frekuensi Berkunjung	1. Kali 2. atau lebih dari satu

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2025)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2024:296) jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian dilapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Observasi

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada 911 *Coffe Shop*. Menurut Sugiyono (2024:298) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak 911 *Coffe Shop*. Menurut Sugiyono (2024:304) menyatakan bahwa

wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan fenomena atau permasalahan yang harus diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu alat ukur yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian akan dijawab langsung oleh

2. Penelitian Kepustakaan

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi literatur adalah usaha untuk menggunakan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu jurnal, internet dan buku-buku yang berkaitan dengan objek.

3.5 Uji Instrument Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. 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 reliabilitas 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 Validasi

Uji validitas adalah suatu alat yang digunakan menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2024:175) “Pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti”. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku. Menurut Sugiyono (2021:246) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan

r_{xy} = Koefisien korelasi pearson product moment.

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item.

N = Jumlah responden dalam uji instrumen.

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X.

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y.

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan Variabel Y.

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X.

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Menurut Sugiyono (2024:180) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah 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 (*Statiscal Product dan Service Solution*). 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.

Uji reliabilitas untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2024:176) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Alpha Cronbach (CA) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus spearman brown.

Berkenaan dengan hal tersebut peneliti 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_{xy} = Koefisien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

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

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

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

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

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

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

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

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (rb hitung), kemudian nilai reliabilitas instrumen (rb hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut.

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan 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 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

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 menjawab rumusan masalah dan 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 variable melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan

dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2024:207). 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 peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X1) = kualitas pelayanan dan (X2) = lokasi terhadap variabel dependen (Y) = keputusan pembelian.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel X1 (kualitas pelayanan), variabel X2 (lokasi), dan variabel Y (keputusan pembelian). Menurut Sugiyono (2024:64) 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. Pengumpulan data penelitian ini akan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert.

Skala *likert* menurut Sugiyono (2024:146) 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. Berikut terdapat skor skala likert menurut Sugiyono :

Tabel 3. 4
Alternatif Jawaban Skala Likert

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

Sumber : Sugiyono (2024:147)

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), dan pernyataan negatif dengan jawaban kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat setuju memiliki nilai 1 (satu).

$$\sum p = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} \times 100\% = \text{Skor rata - rata}$$

Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen dan independen diatas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner. Skala likert digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Hasil rekapitulasi jawaban konsumen akan dihitung skor rata-ratanya untuk menghitung skor rata-rata menggunakan statistik non parametrik yaitu mean. Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai

berikut:

Berdasarkan skor rata-rata , maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

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

Dimana:

- Nilai minimum = 1
- Nilai maksimum = 5
- $NJI \text{ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{5-1}{5} = 0,8$

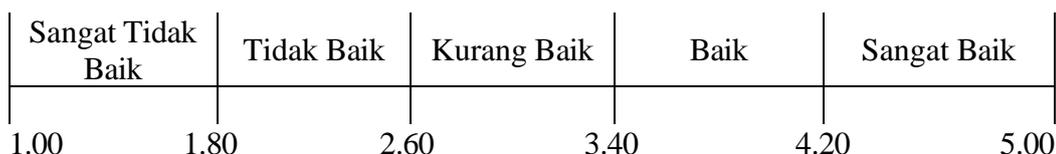
Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui kategori skala tabel yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 5
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: Sugiyono (2024)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum sebagai berikut.



Gambar 3. 1 Garis Kontinum

Sumber : Sugiyono (2024)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2024:17) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis verifikatif pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2), terhadap keputusan pembelian (Y). Untuk mengetahui pengaruh tersebut, maka peneliti menggunakan beberapa metode seperti *Method Successive Interval* (MSI), analisis regresi linier berganda, dan analisis korelasi berganda. Berikut peneliti memaparkan beberapa metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6.2.1 *Method Successive Interval*

Metode suksesif interval adalah proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasikan menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Successive Interval*). Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lainnya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, data berskala ordinal tersebut harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut. Langkah – langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, 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. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan berikut:

$$sv = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area under lower limit}}$$

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

$$y = sv + [k]$$

$$K = 1 [SV_{min}]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program IBM SPSS for Windows untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan peneliti untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2021:213) 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 bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) dua variabel bebas atau lebih yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2)

dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Berikut ini persamaan dari regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

3.6.2.3 Analisis korelasi berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X1), dan lokasi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Analisis ini bertujuan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain yakni variabel X terhadap variabel Y.

$$R = \frac{JK(\text{reg})}{\Sigma Y^2}$$

Keterangan :

R = Koefesiensi Kolerasi Berganda

JK (reg) = Jumlah kuadrat regresi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total kolerasi

Tabel 3. 6
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

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

Sumber: Sugiyono (2024:248)

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X1 dan X2 terhadap variabel Y. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus berikut.

1. Analisis koefisien determinasi berganda (simultan)

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X1 (kualitas pelayanan), X2 (lokasi), dan terhadap variabel Y (keputusan pembelian) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisiensi kolerasinya yaitu:

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

Keterangan

K_d = Koefisien Determinasi

β = Nilai *standardized coefficients*

Zero order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. $K_d = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah
2. $K_d = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial merupakan analisis yang digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh salah satu variabel independent terhadap dependent secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi secara parsial yaitu:

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

Keterangan:

B : 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

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2), terhadap keputusan pembelian (Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (H1)

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan output SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi (α) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%, ditentukan sebagai berikut :

$H_0 : b_1, b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

$H_1: b_1, b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian di uji untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima, berikut merupakan rumus untuk menguji hipotesis:

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel independent/ bebas

n = Jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

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

Berdasarkan perhitungan yang telah dijelaskan di atas maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilangan (K) dan penyebut ($n-k-1$) dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Apabila $F \text{ hitung} > F \text{ Tabel } (\alpha) = 0.1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan).
2. Apabila $F \text{ hitung} < F \text{ Tabel } (\alpha) = 0.1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. (tidak signifikan).

3.6.3.2 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 :

1. Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian
 - a. $H_0 : b_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
 - b. $H_1 : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
2. Lokasi terhadap keputusan pembelian
 - a. $H_0 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian
 - b. $H_1 : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Untuk menghitung pengaruh parsial tersebut maka digunakan lah *T-test*.

Rumus *T-test* sebagai berikut :

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

Keterangan:

t-hitung = Statistik Uji Korelasi

n = Jumlah sampel

rp = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Apabila T hitung $>$ T tabel (α) = 0.1 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila T hitung $<$ T tabel (α) = 0.1 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.7 Rancangan Kuesioner Kuesioner

Merupakan instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel X1 (kualitas pelayanan) dan X2 (lokasi) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di *911 Coffe Shop*, berlokasi Jl. Bukit Pakar Utara No.48, Ciburial, Kec. Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40198 . Penelitian ini di selenggarakan kepada konsumen *911 Coffe Shop*. Adapun waktu penelitian ini terhitung mulai dari bulan Februari, 26, 2024.