

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian berfungsi sebagai alat penting dalam mencapai tujuan penelitian, terutama dalam upaya untuk menemukan solusi terhadap permasalahan yang diteliti. Menurut Sugiyono (2021:2), metode penelitian merupakan rangkaian kegiatan yang melibatkan proses pengumpulan data, analisis, serta penafsiran data yang berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah ditentukan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta menyelesaikan masalah yang ada secara sistematis berdasarkan prosedur penelitian yang berlaku.

Secara teknis, pengumpulan data dilakukan terhadap konsumen di *Around Coffe* dengan pendekatan survei. Peneliti menerapkan metode ini guna memperoleh data yang relevan dalam menjawab permasalahan penelitian, dengan cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung.

Menurut Sugiyono (2021:57), survei adalah jenis penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat utama untuk mengumpulkan informasi dari responden, baik dalam skala besar maupun kecil. Data yang diperoleh melalui sampel tersebut digunakan untuk mengidentifikasi kecenderungan, distribusi, serta hubungan antarvariabel, baik dari aspek sosiologis maupun psikologis. Tujuan utama dari penelitian survei adalah memberikan gambaran menyeluruh terkait latar belakang, ciri-ciri, dan karakteristik dari suatu fenomena atau gejala yang bersifat umum.

Seluruh data yang terkumpul dalam penelitian ini dianalisis menggunakan

pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:16), metode kuantitatif adalah pendekatan yang berakar pada filsafat positivisme, di mana data dikumpulkan melalui instrumen penelitian dan dianalisis secara statistik guna menggambarkan serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Adapun metode yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi metode deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2021:64) menjelaskan bahwa metode deskriptif bertujuan untuk menjawab rumusan masalah terkait nilai dari satu atau lebih variabel secara mandiri, tanpa membandingkan atau mencari hubungan antar variabel. Sementara itu, metode verifikatif sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2021:17), digunakan untuk menguji hipotesis melalui analisis hubungan sebab-akibat antara variabel, baik berdasarkan data dari populasi maupun sampel yang ditentukan.

3.2 Definisi Variabel dan Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu pengaruh kualitas produk dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen di Amound Coffe Purwakarta. Masing-masing variabel didefinisikan dan dibuat operasionalisasi variabelnya.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam suatu penelitian, penting untuk menetapkan variabel-variabel yang akan diteliti secara jelas sebelum proses pengumpulan data dilakukan. Menurut Sugiyono (2021:67), variabel penelitian dapat diartikan sebagai segala hal yang menjadi fokus perhatian peneliti untuk dipelajari dan dianalisis guna memperoleh informasi serta menarik kesimpulan dari objek tersebut.

Secara umum, variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas

(independent) dan variabel terikat (dependent). Sugiyono (2021:69) menyatakan bahwa variabel bebas adalah faktor yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lainnya, yakni variabel terikat. Sedangkan menurut Sugiyono (2021:68), variabel terikat merupakan elemen yang terpengaruh atau menjadi akibat dari keberadaan variabel bebas. Berikut merupakan definisi masing masing variabel penelitian:

1. Kualitas Produk (X_1)

Menurut Kotler dan Keller (2022:187), kualitas suatu produk dapat diartikan sebagai sejauh mana produk tersebut mampu menjalankan fungsi utamanya. Hal ini mencakup berbagai aspek seperti daya tahan, keandalan, ketepatan kinerja, kemudahan penggunaan, kemudahan perbaikan, serta atribut-atribut lain yang melekat pada produk tersebut.

2. Suasana Toko (X_2)

Suasa toko merujuk pada kesan dan perasaan yang dialami konsumen saat berada di dalam toko. Pengalaman ini muncul bahkan sebelum konsumen mengetahui harga produk atau melakukan pembelian. Suasana toko dapat memberikan kenyamanan yang mendorong konsumen untuk berlama-lama, atau sebaliknya, menciptakan ketidaknyamanan yang membuat mereka segera pergi. Pandangan ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Kotler dan Keller (2019:561)

3. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2022:448), kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai reaksi emosional, baik berupa rasa senang maupun kecewa, yang

muncul ketika pelanggan membandingkan kinerja produk yang diterima dengan harapan awal mereka.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Proses operasionalisasi variabel dilakukan untuk menguraikan variabel penelitian ke dalam bentuk dimensi dan indikator yang nantinya digunakan sebagai dasar dalam penyusunan instrumen kuesioner. Tujuan dari langkah ini adalah untuk mempermudah pemahaman serta menghindari perbedaan interpretasi selama proses penelitian berlangsung.

Berdasarkan judul penelitian yang mengangkat topik mengenai pengaruh kualitas produk dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen di *Around Coffe* Purwakarta, maka dalam penelitian ini digunakan tiga variabel utama. Ketiga variabel tersebut kemudian dijabarkan lebih lanjut ke dalam sejumlah indikator, yang selanjutnya dirinci menjadi item-item pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel Penelitian

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | Item |
|--|------------|--|---|---------|------|
| <p>Kualitas Produk (X₁)</p> <p>Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasia, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.</p> <p>Kotler & Keller (2022:188)</p> | Fitur | Ciri khas produk | Tingkat ciri Khas produk | Ordinal | 1 |
| | | Keragaman Produk | Tingkat Keragaman produk | Ordinal | 2 |
| | Kinerja | Cita rasa produk | Tingkat cita rasa produk | Ordinal | 3 |
| | | Kesegaran bahan baku | Tingkat kesegaran produk | Ordinal | 4 |
| | Kehandalan | Kesesuain produk dengan manfaat yang dirasakan | Tingkat kesesuaian produk Amound <i>Coffe</i> dengan Manfaat yang dirasakan | Ordinal | 5 |

Lanjutan Tabel 3.1

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | Item |
|--|---|-----------------------------------|---|---------|------|
| <p>Suasana Toko (X₂)</p> <p>Menurut Berman et al., (2018:464) terdapat 4 elemen store atmosphere yang berpengaruh dalam menonjolkan tampilan fisik sebuah toko.</p> <p>Menurut Berman et al., (2018:464)</p> | Exterior (Bagian dalam toko) | Keunikan Bangunan | Tingkat keunikan bangunan | Ordinal | 6 |
| | | Papan nama | Tingkat kejelasan papan nama | Ordinal | 7 |
| | General Interior (Bagian Dalam Toko) | Lightting | Tingkat pencahayaan ruangan | Ordinal | 8 |
| | | Kebersihan | Tingkat kebersihan ruangan | Ordinal | 9 |
| | | Suhu Udara | Tingkat pengaturan suhu udara | Ordinal | 10 |
| | Store Layout (Tata letak toko) | Keteraturan ruang konsumen | Tingkat keteraturan ruang konsumen | Ordinal | 11 |
| | | Keterampilan pengelompokan barang | Tingkat keterampilan pengelompokan barang | Ordinal | 12 |
| | Interior Display (Penataan barang dalam toko) | Ketersedian tanda petunjuk | Tingkat keteraturan tanda petunjuk | Ordinal | 13 |
| | | Kemenarikan dekorasi ruangan | Tingkat kemenarikan dekorasi ruangan | Ordinal | 14 |

Lanjutan Tabel 3.1

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | Item |
|---|---------|--|--|---------|------|
| Kepuasan Konsumen (Y) Perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan suatu produk atau layanan dengan harapannya. Kotler & Keller (2022:448) | Kinerja | Kualitas Produk yang dihasilkan | | Ordinal | 15 |
| | | Kualitas Layanan yang dihasilkan | Tanggapan pelanggan mengenai tingkat kualitas layanan | Ordinal | 16 |
| | Harapan | Kesesuaian harapan atas kualitas produk | Tanggapan pelanggan mengenai tingkat kesesuaian harapan pelanggan terhadap kualitas produk | Ordinal | 17 |
| | | kesesuaian harapan atas suasana yang bagus | Tanggapan pelanggan mengenai tingkat kesesuaian harapan pelanggan terhadap suasana | Ordinal | 18 |

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data, kemudian untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah karakteristik yang dimiliki populasi yang

disebut sampel dan sample penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2021:126), populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek yang menjadi ruang lingkup generalisasi, di mana setiap anggota memiliki ciri dan sifat tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan dianalisis guna memperoleh kesimpulan. Berdasarkan definisi tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung yang datang ke kedai kopi Amound Coffe Purwakarta.

Tabel 3. 2
Data Jumlah Konsumen Amound Coffe Purwakarta Tahun 2024

| No | Bulan | Jumlah Konsumen |
|----|------------------|-----------------|
| 1 | Januari | 538 |
| 2 | Februari | 662 |
| 3 | Maret | 674 |
| 4 | April | 511 |
| 5 | Mei | 587 |
| 6 | Juni | 983 |
| 7 | Juli | 717 |
| 8 | Agustus | 610 |
| 9 | September | 883 |
| 10 | Oktober | 789 |
| 11 | November | 986 |
| 12 | Desember | 1.213 |
| | Total | 10.153 |
| | Rata-rata | 846 |

Sumber: Amound Coffe

Berdasarkan Tabel 3.4, terlihat bahwa jumlah pengunjung Amound Coffee Purwakarta selama tahun 2024 mengalami fluktuasi setiap bulannya. Jumlah kunjungan tertinggi terjadi pada bulan Desember, yaitu sebanyak 1.213 orang, yang kemungkinan besar disebabkan oleh meningkatnya aktivitas konsumsi masyarakat menjelang akhir tahun. Sebaliknya, jumlah kunjungan paling rendah terjadi pada bulan April, yaitu 511 orang, yang bisa menjadi indikator adanya kendala dalam

strategi pemasaran atau kondisi eksternal tertentu.

3.3.2 Sampel

Suatu penelitian, sering kali jumlah populasi yang tersedia sangat besar, sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk menjangkau seluruh anggota populasi secara langsung. Oleh karena itu, perlu diambil sebagian individu dari populasi tersebut yang dianggap dapat mewakili keseluruhan karakteristik populasi.

Menurut Sugiyono (2021:127), sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki sifat dan ciri-ciri tertentu yang sama dengan populasi secara keseluruhan. Artinya, sampel yang dipilih harus benar-benar dapat menggambarkan kondisi populasi agar hasil penelitian tetap valid dan dapat digeneralisasi.

Pemilihan sampel bertujuan untuk menyederhanakan cakupan penelitian tanpa mengurangi kualitas data yang dikumpulkan, terutama saat populasi terlalu besar untuk diteliti secara menyeluruh. Untuk menentukan jumlah sampel yang ideal, peneliti dapat menggunakan rumus Slovin sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2021:149). Dengan tingkat kepercayaan 90% atau margin of error sebesar 10%, maka rumus yang digunakan adalah:

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

Keterangan:

n = Jumlah sample yang diperlukan

N = Jumlah Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) adalah 10% (0,1)

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat di hitung untuk penentuan jumlah

sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n \frac{846}{1 + 846(0,1)^2} = 89,42 = 90 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat diketahui bahwa untuk ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 89,42 atau dibulatkan menjadi 90 responden yang akan dijadikan ukuran sampel penelitian di Amound *Coffe*.

3.3.3 Teknik Sampling

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2021:139), teknik sampling merupakan metode yang digunakan untuk menentukan sampel yang dijadikan objek dalam suatu penelitian. Dalam praktiknya, terdapat dua pendekatan dalam teknik sampling, yaitu *probability* sampling dan *non probability* sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan *non probability* sampling, dengan jenis sampling insidental sebagai metode pemilihan responden.

Sugiyono (2021:142) menjelaskan bahwa *non probability* sampling adalah teknik yang tidak memberikan peluang yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel. Selanjutnya, menurut Sugiyono (2021:144), sampling insidental merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pertemuan secara kebetulan antara peneliti dan calon responden, asalkan responden tersebut dianggap relevan dan sesuai untuk dijadikan sumber data.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner berbasis *Google Form* kepada individu yang telah melakukan pembelian di Amound *Coffe*. Responden dipilih berdasarkan beberapa kriteria yang ditetapkan sebelumnya, seperti jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, pendapatan bulanan, motivasi kunjungan, serta frekuensi kunjungan ke kafe tersebut. Pada bagian selanjutnya,

akan ditampilkan tabel yang memuat karakteristik responden berdasarkan teknik sampling insidental yang diterapkan dalam penelitian ini.

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

| No | Karakteristik responden | 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 |
| 4 | Penghasilan | 1) Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000 per bulan 2) Rp 2.600.000 – Rp 3.000.000 per bulan 3) Rp 3.600.000 – Rp 4.500.000 per bulan 4) 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) < 3 kali 2) > 3 kali |

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2021:219), teknik pengumpulan data merujuk pada cara atau metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data penelitian. Proses ini dapat melibatkan sumber primer maupun sekunder. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Penelitian Lapangan (Field Research)

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data langsung dari lapangan yang berkaitan dengan objek penelitian. Data yang dikumpulkan bersifat primer, dan diperoleh melalui beberapa pendekatan berikut:

- a. Pengamatan Langsung (Observasi) Langsung Mengacu pada Sugiyono (2021:203), observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati langsung aktivitas atau keadaan objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, observasi dilaksanakan secara langsung di Amound Coffe Purwakarta untuk memperoleh gambaran nyata mengenai operasional dan suasana lingkungan kafe.
- b. Wawancara (Interview) Menurut penjelasan Sugiyono (2021:195), wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui kegiatan tanya jawab dengan individu yang memiliki kaitan langsung terhadap objek penelitian, seperti pihak manajemen atau pelanggan. Dalam konteks ini, wawancara dilakukan terhadap konsumen dan pihak Amound Coffe untuk memperoleh informasi.
- c. Penyebaran Angket (Kuesioner) Kuesioner digunakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden. Kuesioner disusun dalam format *Google Form* dan dibagikan kepada 100 responden yang pernah berkunjung ke Amound Coffe. Pertanyaan telah dilengkapi dengan pilihan jawaban agar memudahkan responden dalam menjawab dan mempermudah proses analisis data.

2. Studi Kepustakaan (Library Research)

Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi pustaka, yaitu kegiatan membaca, mempelajari, dan menganalisis berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Studi ini bertujuan untuk memperoleh data teoritis dan referensial, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel dari internet, serta dokumen perusahaan, termasuk di antaranya data penjualan. Teknik ini membantu memperkuat landasan teori dan mendukung temuan lapangan.

3.5 Uji Instrumen

instrumen penelitian merupakan sarana yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti, dengan tujuan memperoleh data yang relevan sebagai dasar dalam pelaksanaan penelitian. Menurut Sugiyono (2021:157), instrumen dalam penelitian berfungsi sebagai alat untuk menilai nilai dari variabel yang menjadi fokus kajian. Dalam proses pengujian instrumen, terdapat dua aspek penting yang perlu diperhatikan, yaitu validitas dan reliabilitas. Penjelasan mengenai masing-masing pengujian tersebut akan diuraikan pada bagian berikutnya.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu teknik yang digunakan untuk menilai sejauh mana ketepatan dan kecocokan antara data yang diperoleh dengan kenyataan yang sebenarnya dari objek yang diteliti. Sugiyono (2021:175) menyatakan bahwa validitas adalah metode yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang terkumpul benar-benar mencerminkan kondisi riil dari objek penelitian.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang memang seharusnya diukur. Dengan kata lain, instrumen tersebut memiliki

ketepatan dalam fungsi pengukurannya. Untuk menguji validitas setiap item pertanyaan, dilakukan analisis korelasi antara skor tiap butir soal dengan skor total, yaitu penjumlahan dari seluruh skor butir. Hasil koefisien korelasi yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai standar validitas yang telah ditentukan. Adapun rumus uji validitas menurut Sugiyono (2021:246) disajikan 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 roal 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 pengamatan Variabel X dan Variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dari distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dari distribusi Y

Dasar dari 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 tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Menurut Sugiyono (2021:180) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah indeks validitasnya positif dan besarnya 0,300

keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,300 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 26 (Statiscal Product dan Service Solution). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS 26 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 bertujuan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen menghasilkan hasil yang konsisten ketika digunakan untuk mengukur responden yang berbeda. Selain itu, uji ini juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah pernyataan-pernyataan dalam instrumen dapat dipahami dengan jelas tanpa menimbulkan perbedaan penafsiran antar responden. Menurut Sugiyono (2021:198), reliabilitas merupakan tingkat keterkaitan antara instrumen yang digunakan dengan hasil data yang diperoleh. Dengan kata lain, instrumen yang reliabel berarti instrumen tersebut cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena telah memenuhi syarat konsistensi dan kestabilan dalam mengukur suatu variabel.

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, yaitu teknik yang mengukur hubungan antara total skor pada item-item ganjil dengan total skor pada item-item genap. Setelah korelasi diperoleh, pengujian dilanjutkan menggunakan rumus *Spearman-Brown*. Tahapan dalam pengujian reliabilitas ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Butir-butir pernyataan dalam kuesioner dibagi secara acak menjadi dua kelompok, yaitu kelompok ganjil dan kelompok genap.
1. Skor masing-masing kelompok dijumlahkan untuk mendapatkan total skor dari setiap kelompok.
1. Kemudian dilakukan korelasi antara skor total kelompok ganjil dan kelompok genap menggunakan rumus tertentu.

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

Keterangan:

r_{AB} = Korelasi *Pearson Product Moment*

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan genap

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

1. Hitung angka realibilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *spearman brown* sebagai berikut:

Keterangan:

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

r_i = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = Korelasi produk moment antara belahan pertama (ganjil) dan

belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,700.

Nilai reliabilitas (r_{hitung}) tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$: Instrumen tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$: Instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Alat ukur tersebut 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). Keandalan suatu alat ukur dapat dilihat menggunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,700 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data dan Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu proses yang digunakan untuk mengklasifikasikan data berdasarkan variabel serta jenis responden, menyusun data ke dalam tabel menurut variabel dari seluruh responden, menyajikan informasi yang berkaitan dengan setiap variabel yang diteliti, serta melakukan analisis guna menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Namun, untuk penelitian yang tidak menyertakan hipotesis, tahapan pengujian tersebut tidak diperlukan.

Analisis data dengan pendekatan statistik deskriptif mencakup penyajian informasi melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, atau pictogram. Selain itu, analisis ini dapat mencakup perhitungan ukuran pemusatan seperti modus,

median, dan mean, serta ukuran letak seperti desil dan persentil. Penyebaran data juga dianalisis melalui nilai rata-rata dan simpangan baku, termasuk perhitungan persentase. Dalam statistik deskriptif juga dimungkinkan untuk mengkaji kekuatan hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan antara rata-rata suatu sampel atau populasi (Sugiyono, 2021:207).

Berdasarkan pendapat yang telah di paparkan dapat disimpulkan analisis data tidak hanya bertujuan untuk menyajikan data, tetapi juga digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Dalam konteks penelitian ini, analisis dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas, yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Suasana Toko (X_2), terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini menerapkan pendekatan analisis deskriptif untuk mengolah data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menggambarkan serta menjelaskan bagaimana respons konsumen terhadap variabel X_1 (kualitas produk), variabel X_2 (suasana toko), dan variabel Y (kepuasan konsumen). Berdasarkan pendapat Sugiyono (2021:64), analisis deskriptif digunakan untuk meneliti keberadaan suatu variabel secara mandiri, baik satu maupun lebih, tanpa melakukan perbandingan maupun mencari hubungan antara variabel-variabel tersebut.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang disusun menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2021:146), skala Likert

adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk menilai sikap, pandangan, serta persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Dalam instrumen ini, setiap pernyataan dilengkapi dengan lima alternatif jawaban yang memiliki bobot nilai berbeda-beda. Setiap jawaban akan diberikan skor tertentu, yang mencerminkan sejauh mana responden setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan tersebut. Skor ini kemudian digunakan untuk mengetahui preferensi atau kecenderungan pilihan jawaban responden terhadap setiap butir pernyataan yang disajikan, baik yang bersifat positif maupun negatif. Berikut adalah penjabaran skala penilaian Likert menurut Sugiyono:

Tabel 3. 4
Alternatif Jawaban Skala Likert

| No | Alternatif Jawaban | Bobot Nilai |
|----|---------------------------|-------------|
| 1 | (STS) Sangat Tidak Setuju | 1 |
| 2 | (TS) Tidak Setuju | 2 |
| 3 | (KS) Kurang Setuju | 3 |
| 4 | (S) Setuju | 4 |
| 5 | (SS) Sangat Setuju | 5 |

Sumber : Sugiyono (2021:147)

Skala *likert* digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setiap indikator yang sudah mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya dimasukkan ke dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Dengan rumus yang akan disajikan pada uraian selanjutnya:

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

Setelah diketahui 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:

$$\text{Nilai jenjang interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Keterangan:

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

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

Berdasarkan perhitungan di atas diketahui kategori skala 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 (2021)

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

| | | | | |
|-------------------|------------|-------------|------|-------------|
| Sangat Tidak Baik | Tidak Baik | Kurang Baik | Baik | Sangat Baik |
|-------------------|------------|-------------|------|-------------|



Gambar 3. 1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2021:17), metode verifikatif merupakan pendekatan penelitian yang dilakukan terhadap suatu populasi atau sampel dengan tujuan utama untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan verifikatif digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk (X_1) dan suasana toko (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Untuk mengukur pengaruh antar variabel tersebut, peneliti menggunakan beberapa teknik analisis, antara lain *Method of Successive Interval* (MSI) untuk mengubah data ordinal menjadi interval, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda serta analisis korelasi ganda. Teknik-teknik ini digunakan untuk melihat kekuatan hubungan dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.6.2.1 Method Successive Interval (MSI)

Setelah data diperoleh melalui penyebaran kuesioner, langkah selanjutnya adalah melakukan proses pengolahan data. Hal ini dilakukan karena data yang dikumpulkan masih berada pada skala ordinal, sehingga perlu dikonversi ke dalam bentuk skala interval. Proses konversi ini penting karena metode analisis regresi linier berganda mengharuskan data yang dianalisis berada dalam bentuk interval. Salah satu teknik yang umum digunakan untuk melakukan transformasi data dari

skala ordinal ke interval adalah *Method of Successive Interval* (MSI), yang dikenal sebagai metode paling sederhana dan praktis.

Adapun tahapan dalam penerapan MSI adalah sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah responden yang memperoleh masing-masing skor, yang kemudian dicatat sebagai frekuensi.
2. Setiap nilai frekuensi dibagi dengan total jumlah responden untuk mendapatkan nilai proporsi.
3. Menentukan proporsi kumulatif, yang nantinya akan didekati pada distribusi normal.
4. Menggunakan tabel distribusi normal standar untuk menentukan nilai Z dari proporsi kumulatif tersebut.
5. Menghitung nilai Scale Value (SV) untuk setiap item berdasarkan rumus tertentu:

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

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

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

Pengolahan dilakukan menggunakan bantuan program SPSS yang dilakukan untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke interval

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode yang digunakan peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2021:213), regresi linier berganda merupakan teknik analisis yang bertujuan untuk memprediksi nilai suatu variabel tergantung (dependent) berdasarkan perubahan yang terjadi pada dua atau lebih variabel bebas (independent).

Dalam penelitian ini, teknik regresi linier berganda diterapkan untuk mengukur sejauh mana kualitas produk (X1) dan suasana toko (X2) secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Persamaan dari regresi linier berganda akan disajikan pada berikut ini:

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

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Kepuasan Konsumen)

a = Bilangan Konstanta

b₁ = Koefisien Regresi (Kualitas Produk)

b₂ = Koefisien Regresi (Suasana Toko)

X₁ = Variabel Bebas (Kualitas Produk)

X₂ = Variabel Bebas (Suasana Toko)

e = Tingkat Kesalahan (*Standar error*)

3.6.2.3 Analisis Kolerasi Berganda

Menurut Sugiyono (2021:284), analisis korelasi berganda merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis mengenai hubungan dua

atau lebih variabel bebas secara simultan terhadap satu variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, analisis korelasi berganda dimanfaatkan untuk mengukur tingkat hubungan antara kualitas produk (X_1) dan suasana toko (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Hubungan tersebut kemudian dinyatakan melalui nilai yang disebut sebagai koefisien korelasi, yang merepresentasikan sejauh mana kekuatan hubungan antar variabel dalam bentuk angka. Semakin besar nilai koefisien tersebut, maka semakin kuat pula hubungan yang terjadi antara variabel-variabel yang diteliti.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung korelasi berganda menurut Sugiyono (2021:284) akan dijelaskan pada bagian berikutnya:

$$R_{y12} = \sqrt{\frac{r_{y1}^2 + r_{y2}^2 - 2r_{y1}r_{y2}r_{12}}{1 - r_{12}^2}}$$

Keterangan:

R_{yx1x2} = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{yx1} = Korelasi *product moment* antara X_1 dengan Y

r_{yx1x2} = Korelasi *product moment* antara X_2 dengan Y

r_{x1x2} = Korelasi *product moment* antara X_1 dengan X_2

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

1. Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel Kualitas Produk (X_1), Suasana Toko (X_2), dan variabel Y (Kepuasan Konsumen).

2. Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan variabel Kualitas Produk (X_1), Suasana Toko (X_2), dan variabel Y (Kepuasan Konsumen). Variabel negatif.
3. Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi antara variabel Kualitas Produk (X_1), Suasana Toko (X_2), dan variabel Y (Kepuasan Konsumen).

Berikut akan disajikan tabel mengenai taksiran besarnya koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 3. 6
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

| Internal Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,00-0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20-0,399 | Rendah |
| 0,40-0,599 | Sedang |
| 0,60-0,799 | Kuat |
| 0,80-0,999 | Sangat Kuat |

Sumber : Sugiyono (2021:248)

3.7 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara mengenai masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh Kualitas Produk (X_1), Suasana Toko (X_2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1). Pembahasan uji hipotesis pertama adalah mengenai uji hipotesis simultan (Uji F) yang akan disajikan pada uraian pada sub bab selanjutnya.

3.7.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan *F-test* ini bertujuan mengetahui pengaruh simultan variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Pada penelitian ini yang menjadi variabel *independent* yaitu kualitas produk dan suasana toko sedangkan yang menjadi variabel *dependent* adalah kepuasan konsumen dengan objek penelitiannya yaitu Amound Coffe. Langkah - langkah pengujian hipotesis yang akan dikemukakan oleh peneliti akan diuraikan sebagai berikut:

1. Membuat Formulasi Uji Hipotesis

- a. $H_0 : b_1, b_2 = 0$: Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan kualitas produk dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.
- b. $H_0 : b_1, b_2 \neq 0$: Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel kualitas produk dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

2. Menentukan Tingkat Signifikan

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.

3. Menghitung nilai F_{hitung} untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Dengan rumus menurut Sugiyono (2021:284) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sample

F = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel

(n-k-1) = Derajat kebebasan

Dari perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel} \rightarrow H_0$ ditolak dan sebaliknya H_1 diterima (signifikan).
- b. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel} \rightarrow H_0$ diterima dan sebaliknya H_1 ditolak (tidak signifikan).

3.7.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis parsial digunakan untuk menguji pengaruh variabel *independent* secara parsial terhadap variabel *dependent*. Uji t digunakan 2 untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel *independent* secara parsial atau individual terhadap variabel *dependent*. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut:

1. Membuat Formulasi Uji Hipotesis
 - a. $H_0 : b_1 = 0$, Tidak ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
 - b. $H_1 : b_1 \neq 0$, Ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap

kepuasan konsumen.

2. Pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen

a. $H_0 : b_2 = 0$, Tidak ada pengaruh signifikan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

b. $H_1 : b_1 \neq 0$, Ada pengaruh signifikan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

3. Menentukan tingkat signifikan

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.

4. Menghitung uji *t-test*

Pengujian regresi secara parsial dimaksud apakah variabel bebas berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel dengan rumus menurut Sugiyono (2021:288) sebagai berikut:

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

Keterangan:

t_{hitung} = Statistik Uji Korelasi

n = Jumlah Sampel

r = Nilai korelasi parsial

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

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan
 - a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, H_1 ditolak.
 - b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_1 diterima.
2. Dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} :
 - a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
 - b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh Kualitas Produk (X_1), Suasana Toko (X_2), terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus yang akan diuraikan pada halaman berikutnya:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda Simultan Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh kualitas produk (X_1), suasana toko (X_2), kepuasan konsumen (Y). Perhitungan koefisien determinasi secara simultan yang diketahui rumus yang akan disajikan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi berganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi parsial adalah sebagai berikut:

$$Kd = \beta \times \text{zero order} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

β = Standar koefisien Beta (nilai b1,b2,b3)

Zero Order = Korelasi variabel *independent* dengan variabel *dependent*

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi akan diuraikan pada halaman berikutnya:

1. Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah.
2. Jika Kd mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner menurut Sugiyono (2021:225) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. *Kuesioner* merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila variabel yang akan

diukur dan apa yang bisa diharapkan dari responden sudah diketahui dengan pasti”. Kuesioner berisi pernyataan mengenai variabel kualitas produk (X_1) dan suasa toko (X_2) kepuasan konsumen (Y). Responden memilih pada kolom yang sudah disediakan dan memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan dengan menyangkut variabel – variabel yang sedang diteliti dan berpedoman pada skala *Likert*.

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah *Amound Coffe* yang beralamat di Jalan Kapten Halim, Gang Bongas Kidul, Desa Kertajaya, Kecamatan Pasawahan, Kabupaten Purwakarta, Provinsi Jawa Barat 41172. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Juni 2025 sampai dengan selesai.