

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Sugiyono (2017:125) mengatakan asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel. Strategi ini dimaksudkan agar dapat memberikan penjelasan *Store Atmosphere*, harga, dan *Word of Mouth*, yang merupakan variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan produk Starbucks Rawamangun Jakarta yang merupakan variabel terikat.

Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survei, dengan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan datanya. Sugiyono (2017:113) mengatakan bahwa metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen). Penggunaan metode survey akan memudahkan peneliti untuk memperoleh data untuk diolah dengan tujuan memecahkan masalah yang menjadi tujuan akhir suatu penelitian. Adapun langkah yang bisa dilakukan dalam pelaksanaan survei menurut Singarimbun (2015:12-13) adalah: 1) Merumuskan masalah penelitian dan menentukan tujuan survei; 2) Menentukan konsep dan hipotesa serta menggali kepustakaan; 3) pengambilan sampel; 4) Pembuatan kuisisioner; 5) Pekerjaan lapangan; 6) Pengolahan data; 7) Analisa dan pelaporan.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Umar (2014:137), populasi adalah kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Penjelasan lebih lanjut mengenai populasi oleh Uma Sekara dan Bougie (2013:89) bahwa populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau berbagai hal yang menarik untuk diteliti

oleh peneliti. Dari kedua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa populasi adalah obyek maupun subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah-masalah penelitian.

Populasi menurut Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli pada Starbucks Rawamangun tahun 2022 yang tidak diketahui jumlahnya.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. 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 dapat mewakili.

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2017:81) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu probability sampling dan non probability sampling. Teknik non probability sampling yang digunakan peneliti adalah teknik purposive sampling. Pengertian purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu konsumen yang melakukan pembelian produk pada Starbucks Rawamangun Jakarta.

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Margin of error menurut Arikunto (2014:75).

$$N = \frac{Z^2}{4(\text{moe})^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel

95%

= 1.96

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10%

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

= 96,54

= dibulatkan menjadi 97

Maka responden yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 orang.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Untuk Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2017:187) data primer merupakan data yang dikumpulkan dan olah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu persepsi responden berkaitan dengan variabel penelitian.

Metoda pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang

dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017: 142). Dalam penelitian ini pertanyaan dalam kuesioner disusun sesuai dengan urutan variabel yang sesuai dengan indikator, tujuannya agar pertanyaan dalam kuesioner tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini berasal dari kuesioner dengan pengukuran data ordinal. Pengukuran data ordinal (ordinal scale) akan menunjukkan data sesuai dengan sebuah orde atau urutan tertentu (Ferdinand, 2015:261). Sedangkan tipe skala ordinal yang digunakan yaitu *semantic scale* yaitu respons terhadap sebuah stimuli yang disajikan dalam bentuk kategori sematik, yang menyatakan sebuah tingkatan sifat atau keterangan tertentu. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Pelanggan pada pembelian Starbucks Rawamangun Jakarta. Dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1. Skala Likert

No.	Keterangan	Nilai/ Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2017)

3.3.1. Operasionalisasi Variabel

Menurut Kurniawan & Puspitaningtyas (2016:90) Definisi operasional ialah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau menerjemahkan sebuah konsep variabel ke dalam instrumen pengukuran. Variabel harus didefinisikan secara operasional, tujuannya adalah agar lebih mudah menentukan hubungan

antar Variabel dan pengukurannya. Secara nyata dalam peneliti ini adalah Variabel bebas dan Variabel terkait :

1. Variabel Bebas (Independent Variabel) Variabel yang mempengaruhi yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terkait. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan.
2. Variabel terkait (Dependent Variabel) yaitu variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terkait yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan
3. Penyusunan instrumen penelitian ini berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam skripsi ini yaitu *Store Atmosphere* (X1), Harga (X2), *Word of Mouth* (X3), Kepuasan Pelanggan(Y). Uraian mengenai instrument penelitian ini dapat diuraikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel

Variabel	Indikator Penelitian	Sub Indikator	Nomor Item
Store Atmosphere (X1) Menurut : Berman dan Evan (2014:545)	1. <i>Store Exterior</i>	Pelanggan merasakan daya tarik dan kenyamanan melihat gedung toko.	1
	2. <i>General Interior</i>	Penataan pencahayaan toko menciptakan kenyamanan bagi pelanggan	2
		Penggunaan ornamen yang memberikan kesan mewah untuk memberikan kenyamanan dan mengembangkan persepsi pelanggan terhadap toko	3

		Penggunaan peralatan penunjang untuk penyusunan barang sehingga pelanggan mudah untuk melihat desain produk dan harga produk	4
		Kesesuain penggunaan music dan aroma dalam toko	5
		Pengelolaan suhu udara untuk menciptakan kenyamanan konsumen	6
		Penempatan interior untuk memberikan kesan luas	7
		Penggunaan sudut ruangan dalam toko untuk memberikan kesan menarik kepada pelanggan	8
		Penilaian konsumen terhadap kebersihan toko	9
	3. <i>Store Layout</i>	Daya Tarik toko dalam penataan arsitektur dan susunan interior produk	10
		Kelengkapan penggunaan petunjuk ruangan	11
		Daya Tarik <i>Display</i> ruangan untuk pengunjung bersantai	12
	4. <i>Interior Design</i>	Ketepatan pengaturan jarak antara papan harga dengan jarak pelanggan saat memesan produk	13
	1. Keterjangkauan Harga	Harga yang ditawarkan dapat dijangkau semua lapisan konsumen dibanding produk lain	14

Price (X2) Menurut : Kotler dan Amstrong (2014:318)	2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Pelanggan puas karena merasakan kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diterima.	15
	3. Kesesuaian harga dengan manfaat	Biaya yang dikeluarkan untuk membeli dan produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat produk yang diberikan.	16
	4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Pelanggan sesuai dengan harga barang dan setuju untuk membeli	17
<i>Word of Mouth</i> (X3) Menurut Sernovitz (dalam Joesyiana 2018)	1. Pembicara	Pelanggan bersedia menceritakan pengalamannya kepada orang lain/konsumen lain.	18
	2. Topik	Pelanggan bersedia membicarakan apapun terkait merk seperti promosi, produk baru, hingga pelayanan	19
	3. Alat	Pelanggan bersedia menggunakan media untuk menyebarkan informasi secara elektronik	20
	4. Partisipasi	Pelanggan bersedia mengikuti event yang dibuat	21
	5. Pengawasan	Konsumen mengusulkan apabila ada kekurangan produk dan pelayanan perusahaan	22
<i>Customer Satisfaction</i> (Y) Menurut : Hawkins dan	1. Kesesuaian Harapan	Pelanggan mendapatkan kesesuaian antara realita dengan harapan	23
	2. Minat berkunjung Kembali	Pelanggan bersedia untuk berkunjung Kembali ke toko	24

Looney dalam Tjiptono 2014:101)	3. Kesiediaan merekomendasikan	Pelanggan bersedia untuk merekomendasikan produk kepada kerabat/teman/ orang lain.	25
---------------------------------	--------------------------------	--	----

3.4. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengolahan data setelah terkumpul dari semua responden atau sumber data lainnya untuk menghasilkan suatu hasil data terbaru. Dalam metoda analisis ini, data yang sudah terkumpul terlebih dahulu diolah dan dianalisis terlebih dahulu kemudian data tersebut akan dijadikan dasar dalam pembuatan pembahasan.

3.4.1. Metode Pengolahan Data

Metode pengelolaan data penelitian ini menggunakan Software Statistical Package for Social Sciene (SPSS) Versi 25. Hasil analisis data tersebut berupa print out table mutliple regression. Hal ini lakukan dengan harapan tidak terjadi tingkat kesalahan yang besar.

3.4.2. Metode Penyajian Data

Setelah data diolah, kemudian di peroleh hasil output dari operasi perkalian, penjumlahan, pembagian, pengakaran, pemangkatan, serta pengurangan. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel, agar dapat dengan mudah dan dapat cepat dipahami. Data yang diperoleh, setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis

3.4.3. Metode Statistik Data Statistik

Sebelum penulis melakukan analisa terhadap masalah penelitian, tahap awal yang dilakukan adalah dengan melakukan editing guna melakukan pengecekan akan adanya kemungkinan terjadinya kesalahan jawaban responden & melakukan coding data atau dari jawaban kuesioner menjadi data kuantitatif (nilai pada skala likert) dengan memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat

memudahkan peneliti mengenai tabulasi. Kemudian dilanjutkan dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen-instrumen penelitian, hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dipakai adalah data yang baik.

3.4.4. Uji Kualitas Data

Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik maka perlu didukung data yang baik pula. Sedangkan baik tidaknya data tergantung pada instrumen pengumpulan data. Instrumen data yang baik harus memenuhi dua syarat penting yakni valid dan reliabel.

3.4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah persamaan antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian (Sugiyono, 2017:63). Validitas digunakan untuk mengukur keterabsahan data yang diperoleh dari kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan di dalamnya mengungkapkan napa yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Untuk mengetahui apakah nilai korelasi signifikan, maka nilai korelasi hitung (r hitung) dibandingkan dengan nilai r pada tabel. Degree of Freedom (df) yang digunakan adalah $n-2$ jika nilai r hitung $>$ dari r tabel maka item tersebut adalah valid.

3.4.4.2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas instrumen penelitian, merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui kehandalan (tingkat kepercayaan) suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu instrumen penelitian dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang relatif tetap konsisten (Ghozali, 2016:16). Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan handal (reliable) apabila memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 (Priyatno, 2014:26). Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan teknik Cronbach Alpa, jika

nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten dan dapat digunakan dalam penelitian, jika Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka tidak reliabel.

3.4.4.3. Uji Koefisien Korelasi

Analisis statistik data yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian adalah analisis koefisien korelasi dan pengujian hipotesis, secara parsial maupun simultan. Pada penelitian ini menggunakan analisis koefisien korelasi spearman digunakan untuk menilai adanya seberapa baik fungsi monotonik (suatu fungsi yang sesuai perintah).

Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval 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 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber:(Sugiyono, 2017:61)

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan dan kuat yang pengaruh antara variabel independen Kepercayaan (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) dengan variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y). Pedoman uji korelasi berganda:

- a. Jika nilai Sig. F Change $< 0,05$ maka terdapat hubungan secara signifikan
- b. Jika nilai Sig. F Change $> 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang signifikan

3.4.4.4. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur seberapa besar sumbangan atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Nilai R² adalah antara 0 dan 1. Nilai R²

yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

3.5. Uji Hipotesis

3.5.1. Uji T

Uji t berarti melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

Uji t hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan ($Sig = 0,05$), maka secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan ($Sig = 0,05$), maka secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.2. Uji F

Uji statistik f digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama atau secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen
- b. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ untuk tingkat signifikansi 5%, maka variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen