BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang akan dipergunakan pada penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2017:11), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode yang akan digunakan di dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode ini yaitu metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah – kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, teurukur, rasional dan sistematis, Sugiyono (2017:7).

Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik survei dengan cara penyebaran kuesioner kepada konsumen Kopi Lain Hati. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas, Sekaran & Bougie (2017:170). Peneliti ingin mengetahui apakah variabel independen yaitu Fasilitas (X1), Suasana Toko (X2), dan *Word of Mouth* (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Niat Beli Ulang.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti buat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2017:80). Menurut Sekaran dan Bougie (2016) populasi merupakan sekelompok orang atau secara keseluruhan yang ingin diteliti oleh peneliti untuk mengidentifikasikan sebuah hal minat atau kejadian yang sebagai terjadi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang ada di Lain Hati Coffee. Populasi dapat juga disebut sebagai sekumpulan unsur yang menjadi objek penelitian yang ingin diketahui. Adapun populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen pada Lain Hati Coffee dan jumlah anggota populasinya tidak diketahui.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi besar dan peneliti tidak mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel dengan menggunakan metode probability sampling yang mana menurut (Sugiyono, 2016:81). *Probability sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Penelitian ini menggunakan *sampling random* karena jumlah pengambilan anggota sampel acak. Menurut Sugiyono (2016:82), *sampling random* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Mengingat dengan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka untuk menentukan responden digunakan rumus dari Rao Purba Margin Of Error, sebagai berikut:

$$n = \frac{z2}{4(moe)2}$$

n = Jumlah sampel

z = Tinggat Keyakinan Tertentu

Moe = Toleransi Kesalahan Maksimal Pengambilan Sampel

Dengan menggunakan rumus diatas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.10)^2}$$

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

n = 96,04 jika dibulatkan menjadi 97.

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Tingkat Keyakinan 95% (Ztabel = 1,96)

Moe = Toleransi Kesalahan 10%

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 orang responden konsumen Lain Hati Coffee.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

1. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survey. Menurut Sugiyono (2018:213) data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti yang menjadi sumber primer data atau sumber langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau disebar secara online dengan media google form kepada responden yang berkunjung di Lain Hati Coffee di Duren Sawit.

Pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner secara online maupun offline melalui google form dengan cara menyebarkan link via whatsapp. Untuk penyebaran kuesioner ini dimulai pada tanggal 18 Oktober 2021 sampai 31 Oktober 2021

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari dokumen di perusahaan (Sugiyono, 2017:137). Menurut Sugiyono (2017:87), data sekunder adalah informasi yang dapat diperoleh secara tidak langsung dari narasumber melainkan dari pihak ketiga. Contohnya seperti dokumen-dokumen pengunjung yang ada di Lain Hati Coffe. Data sekunder bersifat data yang mendukung keperluan data primer.

3.3.2. Cara Pengumpulan Data

1. Pengumpulan Data Primer

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data primer dalam penelitian ini adalah berupa jawaban responden atas pernyataan kuesioner yang telah disebarkan lalu diukur dengan menggunakan skor skala *likert* (1-4 point). Metode pengumpulan data ini akan menggunakan kuesioner dengan menggunakan *google forms* kepada responden yang berkunjung di Lain Hati Coffee. Kuesioner disusun berdasarkan indikator – indikator yang ada dalam setiap variabel. Sumber lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa artikel, buku, dan skripsi yang sudah dipublikasikan.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawab yang dikirimkan baik secara langsung maupun melalui internet (Sugiyno, 2017:99). Hasil yang akan dijawab responden kemudian diukur dengan menggunakan skala rentangan (skala 1-4 poin). Penulis tidak akan menggunakan poin sampai 5, karena apabila responden menemukan pernyataan yang meragukan atau tidak sesuai dengan apa yang diketahui maka responden cenderung memilih *netral* sehingga dapat menimbulkan hasil yang bias.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data yang bersumber dari perusahaan atau pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini dan juga website serta jurnal. Skala pengukuran digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai fasilitas, suasana toko, dan *word of mouth* terhadap niat beli ulang konsumen Lain Hati di Duren Sawit.

Menurut Hendry adi (2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada para responden dan para responden harus menjawab isi pertanyaan di dalam kuesioner.

Tabel 3. 1 *Skor Skala Likert*

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS	1

Sumber: Hendry Adi (2019)

3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Tabel 3. 2 *Operasionalisasi Variabel dan Indikator*

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1.	**Fasilitas (X1)** **Menurut Tjiptono (2011:184)**	Perencanaan Spasial	Tampilan café	1
		Perencanaan Ruangan	Ruang yang bersih dan nyaman	2
		Perlengkapan atau perabot	Memiliki peralatan yang cukup	3
		Unsur lain seperti wifi, toilet,tempat parkit dan lokasi	Mempunyai fasilitas seperti free wifi, toilet yang bersih, tempat parkir yang luas, dan lokasi yang mudah dijangkau	4
2.	**Suasana Toko (X2)**	*Exterior/ Store front*	*Layout*	5
			Fixture	6
			Temperature	7

	Menurut: Berman dan Evan (2014:545)	*General Interior*	*Layout*	8
			Lighting	9
			Karyawan di Kopi Lain Hati mempunyai pengetahuan yang cukup mengenai minuman yang dijual	10
		Store Layout	Pintu masuk yang cukup untuk konsumen keluar masuk	11
			Tema ruangan yang ada di Kopi Lain Hati sesuai dengan design	12
			Dekorasi yang ada di Kopi Lain Hati sangat menarik	13
		Interior Display	Music membuat suasana menjadi lebih nyaman	14
			Tanda petunjuk	15
3.	***Word Of Mouth* (X3)** **Menurut Lupiyoadi (2013:160) dalam Vanny Alvionita (2017)**	Mendapatkan Informasi	Informasi tentang produk	16
			Informasi melalui teman dekat	17
			Mendengar orang lain menceritakan kepuasan setelah minum kopi	18
			Memilih berdasarkan pengalaman dan rekomendasi orang lain	19
		Menambahkan Motivasi	Rekomendasi kepada teman-teman	20

			Ajakan untuk minum kopi	21
			Pengalaman orang lain tentang kepuasan	22
			Mendengarkan pengalaman dan berkeinginan untuk membelinya	23
		Mendapatkan Rekomendasi	Mengajak teman-teman untuk berkunjung	24
			Mendapatkan informasi tentang kepuasan dan semakin yakin untuk mengajak orang datang kesana	25
4.	**Niat Beli Ulang (Y) Menurut Hasan (2018:131)**	Minat Transaksional	Membeli secara berulang	26
			Konsisten menikmati kopi	27
			Merasa puas dan berkeinginan membeli kembali	28
			Pesanan sesuai harapan	29
			Merekomendasikan kepada orang lain	30
		Minat Refrensial	Menceritakan pengalaman kepada orang lain	31
			Mengajak orang lain	32
			Membujuk teman	33
			Tujuan Utama	34

		Minat Prefensial	Ramai Pengunjung	35
			Mengunjungi dalam waktu dekat	36

Agar kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer maka sebelum digunakan harus dilakukan pengujian terlebih dahulu, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:53) Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya atau tidak suatu kuesioner. Suatu pernyataan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya berada dibawah 0.05 (Ghazali, 2016:52). Kuesioner dikatakan valid atau sah jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner. Syarat minimum dari suatu item dianggap valid dan tidak valid nya adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2017:126):

(1) Jika nilai r-hitung ≥ r-kritis (0.30), maka item-item pertanyaan dari koesioner adalah valid.

(2) Jika nilai r-hitung < r-kritis (0.30), maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

$$r_{hitung} = \frac{n\Sigma XiYi - (\Sigma Xi)(\Sigma Yi)}{\sqrt{(n\Sigma Xi^2 - (\Sigma Xi)^2) - (n\Sigma Yi^2 - (\Sigma Yi)^2)}}$$

Keterangan :

r_{hitung} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Jumlah responden

Xi = Skor pertanyaan setiap nomor

Yi = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

Data diolah dengan menggunakan program SPSS 25.0 (*Statistical Package for Social Sciences*).

2. Uji Reabilitas

Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawanam seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016:53). Menurut Sekaran *et al*., (2016) reabilitas adalah suatu pengukuran yang dapat menunjukan sejauh mana pengukuran tersebut terbebas dari kesalahan (error), oleh karena itu dapat menjamin pengukuran yang konsisten terhadap suatu instrument. Adapun cara yang digunakan dalam menguji reliabilitas kuesioner di penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*.

Menurut Priyatno (2014:26) untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliable yang akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesiner dengan bantuan program computer SPSS. Instrumen yang akan dipakai dalam variabel tersebut dikatakan reliabel apabila memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60.

Koefisien Alpha Cronbach (α_t) :

$$a_t = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum s_i\,2}{s_t\,2}\right)$$

Keterangan :

k = Jumlah butir kuesioner

a_t = Koefisien keterandalan butir kuesioner

$\sum s_i^2$ = Jumlah variansi skor butir yang valid

s_i^2 = Variansi total skor butir

Untuk mencari besarnya variansi kuesioner dan variansi total skor butir di gunakan rumus sebagai berikut:

$$S^2 = \frac{\sum x_i\,2}{n} - \left(\frac{\sum x_i}{n}\right)^2$$

Keterangan : x_i = jumlah skor setiap butir

$\sum x_i^2$ = jumlah kuadrat skor setiap butir

Menurut Sekaran (2013:68), dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

- Jika koefisien *Cronbach's Alpha* ≥ 0,6 → maka *Cronbach's Alpha acceptable (construct reliable).*
- Jika *Cronbach's Alpha* < 0,6 → maka *Cronbach's Alpha poor acceptable (construct unreliable).*

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Pengolahan Data

Pengolahan data di dalam penelitian ini menggunakan propgram SPSS 25.0 (*Statistical Package The Social Scinences*). Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam mengelola data *statictic* agar lebih cepat dan tepat.

3.5.2. Metode Penyajian Data

Dalam penyajian data di penelitian ini berupa tabel dalam menjelaskan hasil dari penelitian yang akan diuji seperti hasil perhitungan uji validitas dan uji reliabilitas adalah analisis koefisien derteminan (parsial dan simultan).

3.5.3. Alat Analisis Statistik Data

Penelitian ini akan menggunakan program SPSS yang dimana kegiatan menghitung data agar dapat disajikan secara sistematis, dan data yang digunakan adalah data primer. Sumber data ini yang nantinya akan digunakan. Ada beberapa tahapan dalam analisis data dengan SPSS yaitu sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi (KD)

Digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel X dalam menerangkan niat beli ulang. Koefisien deterimasi parsial digunakan untuk mengukur seberapa kontribusi per variabel X1 terhadap Y, X2 terhadap Y, X3 terhadap Y.

Koefisien determinasi simultan di gunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel X_1, X_2, dan X_3 terhadap Y secara bersamaan. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai dengan satu. Nilai KD yang kecil artinya bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel

dependen sangat terbatas. Sebaliknya, dengan nilai KD yang hampir mencapai angka satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini, ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai KD adalah kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r^2). Oleh karena itu, dalam pengajuan hipotesis maka dilakukan pengujian terhadap ρ.

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama (dengan uji F). Langkah – langkah di dalam pengujian hipotesis secara parsial sebagai berikut:

1. Pengaruh X_1 terhadap Y

   H_o : ρy1.23 = 0 : Secara parsial fasilitas tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang.

   H_a : ρy1.23 ≠ 0 : Secara parsial fasilitas berpengaruh terhadap niat beli ulang.

2. Pengaruh X_2 terhadap Y

   H_o : ρy2.13 = 0 : Secara parsial suasana toko tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang.

   H_a : ρy2.13 ≠ 0 : Secara parsial suasana toko berpengaruh terhadap niat beli ulang.

3. Pengaruh X_3 terhadap Y

   H_o : ρy3.12 = 0 : Secara parsial *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang.

H_a : ρy3.12 ≠ 0 : Secara parsial *word of mouth* berpengaruh terhadap niat beli ulang.

Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

Kriteria pengujian:

- Jika nilai *significance* t < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima
- Jika nilai *significance* t ≥ 0,05, maka H0 diterima dan Ha ditolak

Menghitung nilai *significance* t diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS. Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simultan, sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

Pengaruh X_1 (Fasilitas), X_2 (Suasana Toko) dan X_3 (*Word Of Mouth*) terhadap Y (Niat Beli Ulang).

- H0: ρy123= 0 Secara simultan Fasilitas, Suasana Toko dan *Word Of Mouth* tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang.
- Ha: ρy123≠ 0 Secara simultan Fasilitas, Suasana Toko dan *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap niat beli ulang.

2. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)
3. Kriteria pengujian
   - Jika nilai *significance* F < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima
   - Jika nilai *significance* F ≥ 0,05, maka H0 diterima dan Ha ditolak
4. Menghitung nilai *significance* F diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS.
5. Kesimpulan

Hasil dari pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan mendapatkan hasil Ha diterima dan H0 ditolak, maka nilai KD dapat dipakai dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.