

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana seluruh kegiatan penelitian dilakukan. Sesuai dengan judul penelitian ini, maka penelitiannya berlokasi di *Cafe Sawah Pujon Kidul*, Krajan, Malang, Jawa Timur 65391.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dimana dalam penelitian ini, informasi yang dikumpulkan dari responden adalah dengan cara menggunakan kuesioner. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini digolongkan kedalam penelitian asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2008:6) penelitian kausal adalah penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana *cafe*) terhadap variabel terikat.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan atau generalisasi (Widayat, 2004:93).

Berdasarkan pengertian diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen *Cafe Sawah Pujon Malang*.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dipilih dalam penelitian tersebut (Widayat, 2004:93). Dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode dalam penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling merupakan pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu. Teknik pengambilan sampel dengan cara menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan pengambilan sampel diambil 2 sampel dari tiap meja agar diperoleh sampel yang mewakili.

Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai 500 responden dan jumlah minimum untuk penelitian ini dalah sebanyak 100 responden (Widayat, 2004:105). Jadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Adapun kriteria-kriteria dari responden yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli maupun yang sedang membeli makanan dan minuman di *Cafe Sawah Pujon Malang*.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Identifikasi operasional variabel

a. Variabel independen (Variabel bebas)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya yaitu variabel terikat. Variabel dalam penelitian ini adalah harga (X_1), kualitas produk (X_2), kualitas pelayanan (X_3), dan suasana *cafe* (X_4).

b. Variabel dependen (Variabel terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel bebas. Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan dan minat beli ulang.

2. Definisi operasional variabel

Operasional variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi-informasi mengenai hal tersebut dan kemudian bisa ditarik kesimpulan.

Berikut ini adalah definisi operasional dari tiap variabel yang dijelaskan dalam tabel 3.1.

Tabel 3.1

Tabel Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
1	Harga	Harga merupakan suatu nilai yang melekat pada suatu barang yang diberikan kepada penjual untuk memperoleh manfaat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga. 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat makanan 	Sumber : Kotler dan Armstrong (2008)
2	Kualitas Produk	Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Performance (Kinerja) 2. Feature (Fitur) 3. Reliability (Keandalan) 4. Comformance (kesesuaian dengan spesifikasi) 	Sumber : Kotler dan Keller (2009)
3	Kualitas Pelayanan	Tingkat kekonsistennya dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti langsung (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 	Sumber : Lovelock, Wirtz dan Mussry (2011)
4	Suasana Cafe	Unsur lain yang dimiliki oleh setiap <i>cafe</i> dan berfungsi untuk mempertahankan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagian luar <i>cafe</i> sawah 2. Bagian dalam <i>cafe</i> sawah 3. Tata letak <i>cafe</i> sawah 	Sumber : Kotler dan Armstrong (2008)

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
		n dan menjadikan pembeda dari setiap <i>cafe</i>	4. Tanda-tanda informasi	
5	Kepuasan pelanggan	Tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang konsumen dapatkan atau rasakan disbanding dengan harapannya.	1. Kesesuaian harapan yang diinginkan dan dirasakan oleh pelanggan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan untuk merekomendasikan 4. Mengatakan hal positif	Sumber : Kotler dan Keller (2009)
6	Minat beli ulang	Minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian dimasa lalu. Minat beli ulang merupakan perilaku pembelian yang dapat menciptakan kepuasan konsumen terhadap suatu produk dalam tempat tersebut.	1. Minat Refrensial (merekomendasikan keorang lain) 2. Minat Exploratif (mencari informasi) 3. Minat Transaksional (tindakan pembelian) 4. Minat Preferensial (menjadikan yang utama)	Sumber : Ferdinand (2006)

E. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung tanpa melalui perantara dari sumber asli. Dalam pengumpulan data yang dilakukan dalam

penelitian ini adalah menggunakan metode survei. Dimana metode survei itu sendiri adalah metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan tertulis. Dalam metode survei ada dua teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan kuesioner. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data primer dari konsumen secara langsung yang pernah mengunjungi dan membeli makanan dan minuman dari *Cafe Sawah Pujon* dengan menggunakan metode survei dengan teknik kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak dari sumbernya langsung melainkan sudah diolah dan biasanya dalam bentuk publikasi atau jurnal. Data sekunder ini didapatkan dari studi kasus dan sumber lain yang dapat mendukung dalam proses penelitian ini. Adapun data sekunder yang diperoleh dari *Cafe Sawah* ini yaitu tentang bagaimana latar belakang dan gambaran umum dari *Cafe Sawah Pujon Malang*.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara kuesioner. Menurut Sugiyono (2012) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert. Skala likert atau sering disebut summated scale (skala yang dijumlahkan) pada dasarnya adalah ordinal. Responden

diminta menjawab persetujuan suatu obyek psikologis seperti kepuasan kerja. adalah skala yang paling sering digunakan dalam penelitian, karena skala ini memungkinkan peneliti untuk mengungkapkan tingkat intensitas sikap atau perilaku atau perasaan responden (Ghozali, 2016; 4).

Skala pengukuran variabel dari jawaban responden menggunakan skala likert 5 point. Jawaban sangat setuju diberi skor 5, jawaban setuju diberi skor 4, jawaban netral diberi skor 3, jawaban tidak setuju diberi skor 2, dan jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1.

G. Pengujian Intrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016;52). Diriset pemasaran, masalah validitas merupakan hal yang penting karena banyaknya variabel bukan konstruk yang digunakan. Jika variabel yang diukur merupakan variabel bukan konstruk maka validitasnya itu akan mudah diukur. Analisis validitas yang digunakan untuk menunjukkan tingkat validitas dengan menggunakan rumus koefisien korelasi product moment yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi setiap item

X = nilai dari setiap item

Y = nilai dari setiap item

N = jumlah sampel

Besarnya r dapat dihitung dengan menggunakan korelasi dengan taraf signifikan (α) = 0.05 jika nilai r hitung $>$ r tabel dan nilainya positif maka kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur dapat dinyatakan valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016; 47). Untuk mengujinya dapat digunakan dalam rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

K = Banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians total

(α) = Cronbach Alpha = 0.06

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja. Kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0.06.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang serbaguna yang dapat digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yaitu variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana *cafe* terhadap kepuasan pelanggan dan minat beli ulang. Dalam penelitian ini regresi berganda menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

Y = Kepuasan konsumen

α = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi harga

b_2 = Koefisien regresi kualitas produk

b_3 = Koefisien regresi kualitas pelayanan

b_4 = Koefisien regresi suasana *cafe*

X_1 = Variabel harga

X_2 = Variabel kualitas produk

X_3 = Variabel kualitas pelayanan

X_4 = Variabel suasana café

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016; 154) uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Dengan menggunakan uji *Kolmogorof-Smirnov*. Pada uji ini jika hasil analisis menunjukkan nilai Sig < 0.05, artinya data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya, jika hasil analisis memiliki nilai Sig > 0.05 maka data berdistribusi normal. Data yang berdistribusi normal berarti data hasil penyebaran kuisisioner memang sesuai dengan teori yang digunakan. Model yang baik adalah yang memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pada penelitian ini uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana *cafe*) atau untuk mengetahui korelasi yang signifikan antara variabel-variabel independen dalam model regresi linier berganda (Ghozali, 2016;103).

Langkah untuk mengujinya yaitu dengan melihat besaran dari nilai tolerance dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang menghasilkan nilai tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10 , maka kesimpulannya adalah model regresi terbebas dari gejala multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan hasil uji atau model regresi terjadi ketidaksetaraan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016; 134). Gejala heteroskedastisitas dapat diuji menggunakan uji Glejser, dengan menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. Jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai signifikansi < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat sinifikasi 0.05 % dengan ketentuan sebagai berikut:

Hipotesis diterima apabila probabilitas signifikan < 0.05 .

Hipotesis ditolak jika probabilitas signifikan > 0.05 .

