

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*), yaitu penelitian yang menyoroti hubungan antar variabel dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Singarimbun, 2016). Penelitian penjelasan ini juga dinamakan penelitian pengujian hipotesis (*Testing Research*) dimana dilakukan pengujian terhadap hipotesis sesuai dengan yang digunakan. Berdasarkan data mentah penelitian yang diperoleh, pertama; dilakukan uji instrumen penelitian. Kedua, menganalisis data menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial dengan menggunakan analisis jalur.

#### B. Jenis dan Sumber Data

##### 1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikuantitatifkan. Berupa data hasil penyebaran kuesioner mengenai *customer experience*, *store atmosphere*, loyalitas dan kepuasan konsumen.

##### 2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer, menurut Indriantoro dan Supomo (2012) data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Dalam hal ini data diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengarah pada penelitian yang dilakukan dan selanjutnya

akan dianalisis untuk dijadikan pembahasan. Data primer dalam penelitian ini yaitu mengenai hasil penyebaran kuesioner mengenai pengaruh *customer experience* dan *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada konsumen De Terazz Corner Singosari Kabupaten Malang

### **C. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ilmiah terdapat beberapa teknik pengumpulan data beserta masing-masing perangkat pengumpul data. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan yang dipergunakan adalah Kuesioner (angket), menurut Sugiyono (2018), kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden mengenai pengaruh *customer experience* dan *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Dalam penelitian ini, digunakan daftar pertanyaan bersifat tertutup, di mana alternatif jawaban telah disediakan.

### **D. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut Sugiono (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam hal ini populasi memiliki kesamaan dalam berbagai hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset. Berdasarkan dari teori diatas

peneliti menetapkan bahwa populasi dari penelitian ini adalah pelanggan De Terazz Corner Singosari Kabupaten Malang.

## 2. Sampel

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk efisiensi tenaga, waktu dan biaya maka besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang dirasakan sudah cukup mewakili populasi. Penentuan jumlah sampel yaitu berdasarkan pendapat dari Ferdinand (2018) yang menyatakan “Besarnya jumlah sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah variabel dengan 5 atau 5 x jumlah variabel“. Sehingga jumlah minimal yang diambil yaitu sebanyak 20 sampel. Menurut Ghozali (2014) metode kemungkinan maksimum (*maximum likelihood estimation*) sampel yang disarankan adalah antara 100 – 200 sampel, dengan minimal sebesar 100. Selain itu menurut Roscoe dalam Sugiyono (2018) yang menyatakan bahwa dalam penelitian apabila menggunakan analisis regresi berganda maka jumlah sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Berdasarkan pendapat tersebut maka jumlah sampel yang diteliti yaitu sebanyak  $10 \times 4$  yaitu minimal sebanyak 40 responden. Berdasarkan uraian tersebut maka jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden.

## 3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2018) yaitu merupakan teknik non *probability sampling* dengan

orang yang sesuai dan terseleksi oleh peneliti berdasarkan ciri – ciri khusus yang dimiliki oleh sampel tersebut sehingga dipandang mempunyai kaitan dengan ciri – ciri sampel yang dibutuhkan peneliti. Ciri yang digunakan dalam sampel penelitian yaitu responden memiliki tingkat usia di atas 17 tahun dan memiliki tingkat pendidikan minimal SMA dengan pertimbangan bahwa usia tersebut responden memiliki pemahaman yang baik atas kuesioner yang diberikan.

## E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

### 1. Definisi Operasional Variabel.

Operasional variabel dalam penelitian ini dapat disajikan pada tabel 3.1

**Tabel 3.1**  
**Definisi Dan Operasionalisasi Variabel**

No.	Definisi Variabel	Indikator
1.	<i>Customer Experience</i> (X <sub>1</sub> ) Merupakan strategi pemasaran yang dilakukan kafe De Terazz Corner dengan menekankan unsur <i>sense, feel, think, act dan relate</i> untuk memberikan kesan dan pengalaman yang unik kepada pelanggan Sumber: Dewi dan Hasibuan, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Sense</i>, yaitu mengenai ruangan di kafe De Terazz Corner bersih</li> <li>2. <i>Feel</i>, yaitu perasaan nyaman selama menikmati makanan dan minuman di kafe De Terazz Corner</li> <li>3. <i>Think</i>, yaitu mengenai inovasi menu produk yang beragam bagi pelanggan</li> <li>4. <i>Act</i>, yaitu mengenai promo yang diberikan kafe De Terazz Corner kepada para pelanggan menarik</li> <li>5. <i>Relate</i>, kafe De Terazz Corner membuat event sebulan sekali</li> </ol>
2.	<i>Store atmosphere</i> (X <sub>2</sub> ) berhubungan dengan bagaimana para pemilik kafe De Terazz Corner Singosari Kabupaten Malang untuk mendesain bangunan, ruang interior, tata ruang lorong-lorong dan dinding, aroma, warna,	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Store Exterior</i> (bagian luar kafe) dalam hal ini mengenai desain kafe unik.</li> <li>2. <i>General Interior</i> (bagian dalam kafe), yaitu mengenai <i>display</i> produk menarik.</li> <li>3. <i>Store Layout</i> (tata letak kafe) yaitu mengenai tata letak meja atau kursi memudahkan pergerakan.</li> </ol>

	bentuk, dan suara yang dialami para pelanggan  Sumber: Barry dan Evans (2014)	4. <i>Interior Point of Purchase</i> (POP) Display, yaitu mengenai warna dinding café menarik.
3.	Kepuasan (Z) Penilaian konsumen yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka  Sumber: Tjiptono (2015)	1. Kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan 2. Minat berkunjung Kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan pada orang lain.
4.	Loyalitas konsumen (Y) Kesetiaan konsumen akan suatu produk atau jasa dengan melakukan pembelian ulang barang atau jasa tersebut secara terus-menerus  Sumber: Kotler & Keller (2016)	1. Kesetiaan dalam pembelian produk di kafe De Terazz Corner 2. Membicarakan hal-hal positif tentang keberadaan kafe De Terazz Corner 3. Tidak tertarik dengan produk yang ditawarkan dari pesaing kafe De Terazz Corner

## 2. Penskalaan Data

Setelah diterapkan item-item dari variabel yang ada, maka langkah selanjutnya adalah mengadakan pengukuran atas variabel-variabel tersebut. Adapun pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden adalah dengan menggunakan Skala *Likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2018). Untuk keperluan analisis kuantitatif, dan pengukuran variabel penelitian yang meliputi variabel bebas,

terikat dan mediasi maka alternatif jawaban pada penelitian ini dioperasionalkan seperti disajikan pada tabel 3.2

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

No.	Jawaban Responden		Skor
1	A	Sangat Setuju	5
2	B	Setuju	4
3	C	Netral	3
4	D	Tidak Setuju	2
5	E	Sangat Tidak Setuju	1

## F. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas berarti setiap penyusunan instrumen dalam penelitian selalu memperhitungkan beberapa pertimbangan seperti apa yang hendak diukurnya, apakah data yang terkumpul relevan dengan sifat atau karakteristik yang dikehendaki dan sejauh mana perbedaan skor yang diperoleh menggambarkan karakteristik yang akan diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat keabsahan instrumen yang digunakan. Menurut Malhotra (2009) validitas merupakan sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sejati antar objek atas karakteristik yang sedang diuji, ketimbang kesalahan sistematis atau acak. Tujuan dilakukan uji validitas ini diharapkan semua butir pernyataan pada kuesioner dapat dinyatakan valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini dapat dicari menggunakan rumus korelasi momen produk sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r$  = Koefisien Korelasi

$n$  = Jumlah sampel

$X$  = Skor tiap butir

$Y$  = Skor Total

Apabila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka tidak terdapat data yang valid sedangkan apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  terdapat data yang valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat dikatakan handal (Sugiyono, 2018). Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut baik (Arikunto, 2016). Pengujian realibilitas diharapkan data yang dihitung akan dapat digunakan untuk penelitian. Penelitian ini uji reabilitas yang digunakan *Koefisien Alpha Cronbach* merupakan ukuran keadaan konsistensi internal yang merupakan rata-rata dari seluruh koefisien paruh bagian yang mungkin dihasilkan dari pembagian yang berbeda-beda atas skala-skala item (Malhotra, 2009).

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right]$$

Keterangan:

$k$  = Banyaknya belahan tes

$s_j^2$  = Varian belahan  $j$ ;  $j= 1,2,\dots,k$

$s_x^2$  = Varians skor tes

Nilai reliabilitas berdasarkan kaidah reliabel atau tidak sebagaimana dikemukakan oleh Malhotra (2009) *Koefisien Alpha* atau *Alpha Cronbach*, merupakan rata-rata seluruh koefisien paruh bagian (*split-half*) yang berasal dari cara pembagian item-item skala yang berbeda. Koefisien ini beragam antara 0 hingga 1 dan sebuah nilai 0,6 atau kurang secara umum mengidentifikasikan keandalan konsistensi internal yang tidak memuaskan, jadi dapat dikatakan bahwa nilai koefisien diatas 0,6 adalah reliabel.

#### G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Analisis Jalur dikembangkan sebagai metode untuk mempelajari pengaruh langsung dan tidak langsung diantara variabel-variabel penjelas dan variabel-variabel terikat. Analisis jalur adalah suatu bentuk terapan dari analisis multi regresi. Prinsip dasar menggunakan *path analysis* antara lain (Solimun, 2005):

1. Adanya linearitas; hubungan antara variabel bersifat linier
2. Adanya aditivitas; tidak ada efek-efek interaksi
3. Data berskala interval dan rasio
4. Adanya rekursivitas, semua anak panah mempunyai satu arah.
5. Terdapat masukan korelasi yang sesuai.
  - a. Pemeriksaan terhadap asumsi yang melandasi analisis jalur yang terdiri sebagai berikut:

1. Dalam sebuah model analisis jalur, hubungan antar variabel adalah linier dan adiktif
  2. Hanya model rekursif yang hanya dapat dipertimbangkan yaitu hanya system kausal kesatu arah. Sedangkan model yang mengandung kausal resiprokal tidak dapat dilakukan analisis path
  3. Observed variabel diukur tanpa kesalahan (pengukuran instrument valid dan reliable )
  4. Model yang dianalisis diidentifikasi dengan benar sesuai teori dan konsep yang relevan
- b. Perhitungan dengan koefisien jalur dengan menggunakan software statistic melalui analisis regresi secara parsial dimana koefisien jalurnya adalah merupakan koefisien regresi yang distandarisasi (*standardize Coefficient Beta*). Untuk pengaruh langsungnya. Sedangkan untuk pengaruh tidak langsung adalah perkalian antara koefisien jalur dari jalur yang dilalui setiap persamaan dan pengaruh total adalah penjumlahan dari pengaruh langsung dengan seluruh pengaruh tidak langsung
- c. Pemeriksaan validasi model. Validasi model tergantung pada terpenuhi atau tidaknya asumsi-asumsi yang melandasi analisis jalur.

Substruktur 1.

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X + e_1 \dots\dots\dots (1)$$

Substruktur 2.

$$Y_2 = \alpha + \beta_2 X + \beta_3 Y_1 + e_2 \dots\dots\dots(2)$$

Terdapat dua indikator validitas model di dalam analisis jalur, yaitu :

a. Koefisien determinasi total

$$R^2_m = 1 - P^2_{e1} - P^2_{e2}$$

Dimana :  $P_{ei} = \sqrt{1 - r^2}$

R = Koefisien determinasi

Besarnya koefisien determinasi total menunjukkan informasi yang terkandung dalam data yang dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain dan error

b. *Theory Trimming*

Uji validita koefisien jalur (*path*) pada setiap jalur untuk pengaruh langsung adalah sama dengan regresi, menggunakan nilai  $\alpha$  (5%) dari uji t, yaitu pengujian koefisien regresi variabel yang dibakukan secara parsial

- d. Intepretasi hasil analisis, melakukan intepretasi hasil analisis dengan memperhatikan : Pertama, memperhatikan hasil validasi model. Kedua, menghitung penaruh total dari setiap variabel yang mempunyai pengaruh kausal ke variabel endogen

