

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Desain Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Penelitian kuantitatif ini data yang berbentuk angka. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai proses mencari informasi, menggunakan data berupa angka-angka sebagai alat untuk menganalisis informasi tentang apa yang ingin diketahui (Tendean & Widodo, 2012). Proses penelitian kuantitatif dimulai dari teori, hipotesis, desain penelitian, pemilihan obyek, pengumpulan data, pengolahan analisis data, dan penulisan kesimpulan.

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan survey, dimana pendekatan survey merupakan pendekatan yang dilakukan guna memperoleh data baik terjadi di historis atau terkini. Ini termasuk acuan, pendapat, karakteristik, perilaku korelasi variabel, dan beberapa hipotesis yang akan diuji dengan melakukan pengamatan melalui wawancara kepada narasumber atau menyebarkan kuisisioner kepada responden (H. A. I. Mahendra & Putri, 2022). Penelitian ini akan meneliti hubungan kualitas layanan, *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.

#### **B. Lokasi/Obyek dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di Café Retrorika terletak di Jalan Dewi Mutmainah Banaran nomor 03, desa Bumiaji, Batu.

#### **C. Populasi Dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai berbagai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti guna di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Wahyuni, 2019). Populasi dalam penelitian ini ialah pelanggan pada *café retrorika*.

## 2. Karakteristik sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu di lakukan dengan non probability dengan teknik *purposive sampling*. *Purpooseve sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berikut pertimbangan tersebut :

- 1) Responden yang di teliti ialah pelanggan *café* retrorika batu.
- 2) Pelanggan yang memiliki usia minimal 17 tahun. Hal ini di sebakn karena usia tersebut sudah dapat berpikir secara logis dan tentunya mampu mengambil keputusan sehingga relevan untuk menjadi obyek dalam penelitian ini.

Jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lameshow*, hal ini di karenakan jumlah poulasi tidak diketahui. Berikut rumus *Lemeshow* dalam (Nanincova, 2019)

$$n = \frac{z^2 1-\alpha/2(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

- n : Jumlah Sampel  
 z : Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96  
 p : Maksimal estimasi 50% = 0,5  
 d : Alpha atau besar toleransi 10% = 0,1

Jumlah yang akan di ambil pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{z^2 1-\alpha/2(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{196^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01^2}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Jumlah sampel berdasarkan hasil rumus di atas sebanyak 96,04 dan di bulatkan menjadi 100 orang. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini yang akan di gunakan adalah sebanyak 100 responden.

#### D. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini, berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai *Variabel Intervening*, maka pengelompokan variabel-variabel yang mencakup dalam judul dibagi menjadi tiga variabel yaitu : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pelanggan Sebagai *Variabel Intervening*

**Tabel 3. 1 Variabel Operasional**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Layanan	Tindakan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan pelayanan yang tepat serta memenuhi harapan pelanggan. Kualitas mencerminkan semua aspek produk yang ditawarkan yang menguntungkan pelanggan.	1. Keandalan/ <i>Reabilitas</i> , kecepatan petugas dalam melayani, memiliki standar dan kemampuan yang jelas serta keahlian petugas pada proses pelayanan 2. Tanggung jawab/ <i>Responsivitas</i> , karyawan tanggap dan bertanggung jawab pada pelayanan konsumen 3. Jaminan/ <i>Assurance</i> 4. Empati/ <i>Empathy</i> 5. Bukti Fisik/ <i>Tangibles</i> , penampilan karyawan yang menarik sehingga enak untuk di pandang  (Lupiyoadi, 2013) dalam (Khakim et al., 2014)

Tabel 3. 2 Variabel Operasional Lanjutan

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
<i>Store Atmosphere</i>	<i>Store atmosphere</i> adalah suasana yang diciptakan sebagai tambahan nilai dan kesan positif di benak pelanggan. Suasana toko juga disebutkan dengan suasana psikologis toko. Salah satu hal yang diperhatikan pelanggan saat mereka pergi belanja ini akan menjadi suasana yang menyenangkan mempengaruhi kepuasan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Store Exterior</i> ( bagian luar toko), penampilan pada depan retrorika <i>cafe</i> terlihat dengan jelas</li> <li>2. <i>General Interior</i> (di dalam toko), pencahayaan pada retrorika <i>cafe</i> meningkatkan daya tarik</li> <li>3. <i>Store Layout</i> (Tata letak toko), penataan di retrorika <i>café</i> di susun sedemikin rupa sesuai jenis barangnya</li> <li>4. <i>Interior Display</i> (papan pengumuman), desain papan di dalam <i>café</i> di gunakan sebagai informasi kepada pelanggan</li> </ol> <p>(Tanjung, 2020)</p>
Kepuasan pelanggan	Kepuasan pelanggan adalah kesuksesan jangka panjang perusahaan/ profitabilitas ditentukan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.mengarah ke pembelian di masa mendatang. Kepuasan konsumen tercapai ketika kebutuhan dan keinginan mereka terpenuhi oleh perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perasaan senang mengkonsumsi produk makanan dan minuman</li> <li>2. Cenderung terus membeli</li> <li>3. Merekomendasikan kepada orang lain tentang produk makanan dan minuman pasca membeli</li> </ol> <p>(Peter and Olson, 2000 : 157 )</p>

**Tabel 3. 3 Variabel Operasional Lanjutan**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
Keputusan Pembelian	Proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu barang oleh konsumen beraneka ragam tentunya sesuai dengan jenis keputusan pembelian.	1. <i>Benefit Association</i> , 2. Prioritas dalam membeli, 3. Frekuensi pembelian (Luthfianto & Suprihhadi, 2017)

### **E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### 1. Sumber Data

Menurut Saputra (2018), data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan. Dalam penelitian ini data primer didapatkan secara langsung dari para pelanggan *Retrorika Café* yang akan diteliti, dengan menggunakan metode pengisian kuisisioner mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

#### 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penggunaan kuesioner untuk memperoleh data dari responden mengenai pengalaman pelanggan, kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan (Agung & Yuesti, 2019). Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan pelanggan pada lokasi penelitian yakni *Café Retrorika Batu* maupun dengan menggunakan media *online* dengan mengirimkan link kuesioner kepada pelanggan *Café Retrorika Batu*.

### **F. Pengukuran Data**

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert, yang merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena khususnya (Habayan

et al., 2021). Pada skala Likert ini, para responden menjawab pertanyaan penelitian secara alternatif, tanggapan yang disiapkan dengan 5 kemungkinan yang tersedia. Dari respons yang bertanggung jawab menerima skor, sehingga data dapat diproses secara kuantitatif. Memberikan bobot skor terorganisir dalam multilevel konsisten. Jawaban yang tersedia dibuat skala di level Sangat Setuju: skor/bobot 5 (Apriando, 2021).

- a. Setuju: skor/bobot 4
- b. Netral: skor/bobot 3
- c. Tidak Setuju: skor/bobot 2
- d. Sangat Tidak Setuju: skor/bobot 1

## G. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji validitas untuk mengukur sah atau valid dan tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Weenas, 2013). Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor setiap butir pertanyaan dengan jumlah skor seluruh pertanyaan. Perhitungan korelasi dilakukan dengan jumlah skor seluruh pertanyaan. Teknik analisis data menggunakan bantuan *software statistic* yaitu *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Pada penelitian ini menggunakan rumus pearson product moment.

Nilai r yang akan diperoleh berdasarkan rumus yaitu:

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

Keterangan:

$X$  = skor it

$Y$  = skor total

$r_{XY}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$n$	= subjek
$\sum XY$	= jumlah perkalian antara variabel X dan variabel Y
$\sum X^2$	= jumlah kuadrat nilai X
$\sum Y^2$	= jumlah kuadrat nilai Y
$(\sum X)^2$	= jumlah nilai X kemudia dikuadratkan
$(\sum Y)^2$	= jumlah nilai Y kemudia dikuadratkan

Pengujian dengan taraf signifikasi 0,05. Menurut (Sugiyono: 2017) terdapat 2 kriteria pengujian yaitu:

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, hal ini dinyatakan valid.
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, hal ini dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data yaitu suatu uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuisisioner yang menjadi indikator dari suatu konstruk atau variabel. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika jawaban seseorang dalam kuisisioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama.

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan pengukuran sekali saja dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* dengan menggunakan *software* SPSS. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika mempunyai nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,60$ . Dan jika *Alpha*  $\leq 0,60$  maka variabel dikatakan tidak reliabel (Ghozali, 2018). Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

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

Keterangan :

$r_{ii}$  = Reabilitas

$n$  = Jumlah item pernyataan

$\sum \sigma \frac{2}{b}$  = Jumlah varian skor tiap item

$\sigma \frac{2}{t}$  = Varian total

## H. Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini akan dilakukan beberapa uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah variabel pengganggu (residual) berdistribusi normal (Meidiawati & Mildawati, 2016). Untuk menentukan apakah residual berdistribusi normal, digunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi 0,05 berdasarkan pengambilan keputusan.

- a. Angka signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov  $\text{Sign} > \alpha = 0,05$  maka data berdistribusi normal.
- b. Angka signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov  $\text{Sign} < \alpha = 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal.

### 2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas dalam persamaan regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen. Jika variabel independen berkorelasi, mereka tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar variabel bebasnya nol. Untuk mengetahui apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki gejala multikolinearitas, maka dilakukan pengujian terhadap nilai

*Variance Inflating Factor* (VIF) dan nilai *tolerance* dengan sebagai berikut:

- a. Jika  $VIF > 10$  dan toleransi  $\leq 0,1$  maka terdapat multikolinearitas.
- b. Jika  $VIF < 10$  dan toleransi  $\geq 0,1$  maka tidak terdapat multikolinearitas

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah varian residual model regresi dalam suatu model regresi tidak sama. Model regresi yang baik tidak membutuhkan masalah heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas (Munparidi, 2012).

Dalam pengujian ini peneliti menggunakan uji Glejser sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Data Frekuensi/ Rentang Skala

Analisis deskripsi jawaban responden pada penelitian menggunakan rentang skala kriteria. Alternatif jawaban responden menggunakan skala likert, sehingga perlunya pengelompokan jawaban berdasarkan total nilai yang diperoleh dari perhitungan rentang skala. Rentang skala digunakan untuk mendeskripsikan terkait kualitas layanan , *store atmosphere*, kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian pada café retrorika kota batu.

Menurut (Ridho, 2014) menentukan rentang skala dengan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah alternative jawaban

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus rentang skala, maka diperoleh :

$$RS = \frac{100(5-1)}{5} = \frac{400}{5} = 80$$

Sehingga dapat diperoleh rentang skala pada penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 3. 4 Interpretasi Skor Rentang Skala**

Interval	Kualitas Layanan	Store Atmosphere	Kepuasan Pelanggan	Keputusan Pembelian
100-180	Sangat Tidak Menarik	Sangat Tidak Baik	Sangat Puas	Sangat Tidak Mantap
180-260	Tidak Menarik	Tidak Baik	Tidak Puas	Tidak Mantap
260-340	Cukup Menarik	Cukup Baik	Cukup Puas	Cukup Mantap
340-420	Menarik	Baik	Puas	Mantap
420-500	Sangat Menarik	Sangat Baik	Sangat Puas	Sangat Mantap

Nilai total dalam deskripsi jawaban responden dapat digunakan dengan menjumlahkan nilai per indikator. Total nilai dari setiap indikator di dapat dari perkalian antar skor penilaian dikalikan dengan jumlah responden yang memilih setiap item pernyataan.

## 2. Path Analysis

Analisis jalur / *path analysis* adalah teknik statistik yang digunakan untuk melakukan pengujian hubungan kausal antara dua variabel (Ramadhan & Panday, 2019). Analisis jalur dapat digunakan dalam menganalisis suatu pola hubungan antar variabel, sehingga dapat mengetahui bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil dari uji analisis ini untuk mengetahui kemudian dapat membandingkan pengaruh mana yang lebih besar antara pengaruh langsung atau pengaruh tidak

langsung, sehingga dapat mengetahui adanya variabel mediasi dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ulfa, 2019).

Uji analisis jalur yang digunakan dengan aplikasi SPSS 27 dengan melakukan perhitungan koefisien jalur. Koefisien jalur tersebut merupakan standar dari koefisien regresi. Pada penelitian ini analisis jalur digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pembelian melalui keputusan pembelian. (Sulistiyanda et al., 2022) model yang digunakan dalam analisis jalur, yaitu:

$$Z = a + b_1X_1 + b_2X_2 \quad (\text{Persamaan 1})$$

$$Y = a + b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Z \quad (\text{Persamaan 2})$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

Z = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1 = *Kualitas Layann*

X2 = *Store Atmosphere*

b1 = Koefisien regresi *Kualitas Layanan*

b2 = Koefisien regresi *Store Atmosphere*

b3 = Koefisien regresi *Kualitas Layanan*

b4 = Koefisien regresi *Store Atmosphere*

b5 = Koefisien regresi *Keputusan Pembelian*

## J. Uji Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan uji t (parsial) dan uji sobel/ mediasi.

### 1. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan memperhatikan tingkat signifikan dengan 0,05 (a). Dapat disimpulkan jika nilai signifikan < dari 0,05 (a) maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, atau variabel bebas terhadap variabel mediasi, atau variabel mediasi terhadap variabel terikat (Ghozali, 2011) dalam (H. Setiawan et al., 2016). Adapun rumus persamaannya adalah:

$$T \text{ hitung} = \frac{b}{sb}$$

Keterangan:

b = Bobot regresi

Sb = Standart deviasi

Kriteria pengujian hipotesis:

- a. Jika nilai t hitung > t tabel; maka H0 ditolak dan Ha diterima
- b. Jika nilai t hitung < t tabel; maka H0 diterima dan Ha ditolak

Dengan keterangan sebagai berikut:

H1a: Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

H0: Kualitas layanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

H1b: *Store Atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

H0: *Store Atmosphere* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

H1c: Keputusan Pembelian berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H0: Keputusan Pembelian tidak berpengaruh positif signifikan terhadap

kepuasan pelanggan.

H2a: Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H0: Kualitas Layanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2b: *Store Atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H0: *Store Atmosphere* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H3a: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan melalui Keputusan Pembelian

H0: Kualitas Layanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.

H3b: *Store Atmosphere* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.

H0: *Store Atmosphere* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.

## 2. Uji Sobel/ Mediasi

Uji Sobel dilakukan untuk menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel X ke Y melalui Z. Pengaruh tidak langsung dari X pada Y sampai Z dihitung dengan mengalikan lintasan X - Z (a) dengan jalur Z - Y (b) atau jalur ab. Jadi koefisien  $ab = (c' - c)$ , dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol Z dan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol Z. Menurut (Herlina & Diputra, 2018), koefisien standard error a dan b ditulis Sa dan Sb dan besarnya *standard error* tidak langsung adalah Sab dan dihitung dengan:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 S_b^2}$$

Keterangan:

a = Jalur variabel bebas (X) dengan variabel mediasi (Z)

b = Jalur variabel mediasi (Z) dengan variabel terikat (Y)

Sa = standar eror koefisien a X-Z

Sb = standar eror koefisien b Z-Y

Tahapan selanjutnya adalah menguji signifikan pengaruh tidak langsung diperlukan menghitung nilai t dari koefisien ab.

Rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$Z = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Adapun kriterianya jika nilai Z hitung  $>$  Z tabel pada a, maka dapat diartikan terbukti variabel tersebut memediasi pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dan apabila Z hitung  $\leq$  Z tabel pada a, maka variabel tersebut tidak memediasi atau tidak berpengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika pengaruh X terhadap Y signifikan dan menurun menjadi nol dengan memasukkan variabel Z, maka terjadi mediasi sempurna (*perfect mediation*). Namun, jika pengaruh X terhadap Y signifikan dan menurun tidak sama dengan nol dengan memasukkan variabel Z, maka terjadi mediasi parsial (*partial mediation*). Untuk menguji pengaruh tidak langsung/ mediasi dapat menggunakan uji Sobel/ mediasi dengan memasukkan nilai koefisien *beta* dan nilai *standard eror* pada tabel *coefficient path analysis* pada *calculator Sobel test*.