BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2009:206) menyatakan bahwa Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Penelitian verifikatif diterangkan oleh Arikunto (2004:7) sebagai penelitian yang pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan, sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dimana dalam penelitian ini penelitian verifikatif bertujuan untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang konsumen Cafe Shisha Corner.

3.2 Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2009). Dilihat dari sumber perolehannya data dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu :

1. Data Primer

   Merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi atau pun dalam bentuk file-file dan data ini harus dicari melalui narasumber yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau pun data.

2. Data Sekunder

   Merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara. Data ini sudah tersedia, sehingga peneliti hanya mencari dan mengumpulkannya saja.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, tidak melalui perantara. Data primer yang digunakan berupa data subyek (*self report data*) yang berupa opini dan karakteristik dari responden.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya (Sugiyono, 2009:115). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Cafe Shisha Corner tahun 2015. Sugiyono (2009:116) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode yang di gunakan dalam pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling.* Orang yang paling mudah ditemui

atau diminta kesediaannya untuk mengisi kuesioner, khususnya yang sedang mengkonsumsi produk atau yang pernah mengkonsumsi produk di Cafe Shisha Coner. Menurut Widiyanto (2008) ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, oleh karena itu besar sampel yang digunakan dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4\,(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = score pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z = 1,96

Moe = margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

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

$n = 96{,}04 \approx 97$ atau dibulatkan 100.

Dari hasil perhitungan rumus di atas dapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 100 responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penyebaran kuesioner yang telah disusun secara terstuktur,

dimana sejumlah pertanyaan tertulis disampaikan pada responden untuk ditanggapi sesuai dengan kondisi yang dialami oleh responden yang bersangkutan.

1. Penelitian Pustaka (*Library research*), yaitu pengumpulan data teoritis dengan cara menelaah berbagai literatur dan bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah yang di teliti.
2. Penelitian lapang (*Field research*), yaitu dengan cara :
   - Wawancara dan Observasi

     Penelitian yang dilakukan melalui literatur serta wawancara langsung dengan pelanggan serta melihat dan merasakan langsung kondisi sarana dan prasarana Cafe Shisha Corner.
   - Kuisioner

     Pengumpulan data dengan cara memberikan daftar isian kepada responden secara langsung

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009). Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Dependen

Variabel yang dipengaruhi atau variabel terikat (Sugiyono, 2007). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat pembelian ulang yang dilambangkan dengan Y.

2. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahanya atau timbulnya variabel dependen / terikat (Sugiyono, 2007). Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang dilambangkan dengan X.

Pengukuran terhadap variabel terikat dan variabel bebas dilakukan berdasarkan skala *Likert* yang dimodifikasi dalam bentuk ordinal, sehingga pengukuran terhadap pernyataan seseorang dapat dikuantifikasi secara matematis. Responden di minta untuk mengisi pertanyaan dalam kategori berikut ini :

a. Jika jawaban Sangat Setuju (SS), diberi skor 5
b. Jika jawaban Setuju (S), diberi skor 4
c. Jika jawaban Netral (N), diberi skor 3
d. Jika jawaban Tidak Setuju (TS), diberi skor 2
e. Jika jawabannya Sangat Tidak Setuju (STS), diberi skor 1

Dalam menjawab kuesioner, responden di minta untuk memilih alternatif jawaban yang telah disediakan.

Tabel 3.1. Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan merupakan sikap yang berhubungan dengan keunggulan suatu jasa pelayanan	1. *Technical Quality* - Ruang makan nyaman - Tata letak ruang baik • *Search Quality* - Harga sesuai dengan makanan • *Experience Quality*	Skala likert

	atau pertimbangan konsumen tentang kelebihan suatu perusahaan. (Parasuraman, *et al* , 1985).	- Pelayanan cepat • *Credence Quality* *2. Functional Quality* - Karyawan memberikan informasi menu dengan tepat dan jelas - Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial - Karyawan mampu menciptakan hubungan baik dengan pelanggan - Karyawan memiliki kesungguhan dalam merespon kebutuhan pesanan anda 3. *Corporate Image* - Karyawan ramah - Penampilan karyawan rapi - Cita rasa produk Shisha Corner selalu sama - Kebersihan makanan selalu terjaga - Kebersihan minuman selalu terjaga	
Niat Pembelian Ulang (Y)	Taylor dan Baker, (1994) mengatakan bahwa pembelian ulang adalah membeli kembali produk atau jasa yang sama pada waktu yang akan datang ketika konsumen merasakan kepuasan saat mengkonsumsi produk maupun jasa tersebut	- Kemungkinan menikmati produk kembali - Kepastian menikmati produk kembali - Harapan untuk menikmati produk kembali	Likert

3.6 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel (Ghozali, 2005:75). Daftar pertayaan ini pada umumnya mendukung suatu sekelompok variabel tertentu. Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS 17 pada tabel dengan judul item-total statistik. Dilihat dari nilai *corrected item – total correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r Hitung > r Tabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan secara terpisah pada lembar kerja yang berbeda antara satu variabel dengan variabel lain sehingga dapat diketahui butir-butir pertanyaan variabel mana yang paling banyak tidak valid. Dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma X_i Y_i - (\Sigma X_i)(\Sigma Y_i)}{\sqrt{\left\{n\Sigma X_i^2 - (\Sigma X_i)^2\right\}\left\{n\Sigma Y_i^2 - (\Sigma Y_i)^2\right\}}}$$

Rxy = koefisien korelasi

n = jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan hanya pertanyaan-pertanyaan yang telah dianggap valid. Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Cara yang

digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*. Kriteria pengujian uji reliabilitas adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005):

- Alpha > 0,60 konstruk (variabel) memiliki reliabilitas,
- Alpha < 0,60 konstruk (variabel) tidak memiliki reliabilitas.

3.7. Alat Analisis

3.7.1 Analisis Kualitatif

Analisa ini digunakan untuk menjelaskan dan menganalisa permasalahan dengan pendekatan teori pemasaran. Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai responden penelitian ini, khususnya mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik skor dari jawaban responden masing-masing variabel, untuk menggambarkan persepsi responden atas variabel-variabel yang digunakan secara kualitatif. Selanjutnya melalui penilaian menggunakan skor dengan rumus rentang skor adalah skor tertinggi dikurangi skor terendah dibagi jumlah kelas, dengan rumus sebagai berikut: (Umar, 2005).

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skor
m = Skor Tertinggi
n = Skor Terendah
b = Jumlah Kelas

Tabel 3.2. Kriteria Penilaian Skor

Skor	Kriteria
96-176	Sangat Tidak Baik
177-257	Tidak Baik
258-338	Cukup Baik
339-419	Baik
420-500	Sangat Baik

Sumber : data diolah, 2015

3.7.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif dilakukan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel-variabel bebas terhadap terikat. Metode yang digunakan adalah analisis Regresi Linier sederhana. Metode regresi dilakukan terhadap model yang diajukan oleh peneliti menggunakan program SPSS untuk memprediksi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran teoritis yang telah diuraikan sebelumnya, maka model penelitian yang dibentuk adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + bX + e_t}$$

Keterangan :

Y : Niat Pembelian Ulang.

X : Kualitas Pelayanan

b : Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan

ε_{it} : *Error term*

Regresi linier pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 (α=5%). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel

independen yang diuji secara bersama–sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

1. Uji Koefisen Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan varian variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varian variabel dependen (Ghozali, 2009). Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan varian variabel dependen. Bila terdapat nilai *adjusted* R^2 bernilai negatif, maka *adjusted* R^2 dianggap nol.

2. Uji Statistik t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan: Jika t hitung lebih kecil dari t tabel, maka H1 diterima, sedangkan jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka Ho ditolak. Uji t dapat juga dilakukan dengan hanya melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel yang terdapat pada output hasil regresi menggunakan SPSS. Langkah pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi (Sig. $\leq$ 5%), maka Ho ditolak dan Ha diterima

- Jika probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi (Sig. > 5%), maka Ho diterima dan Ha ditolak.