

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Objek Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif karena dalam pelaksanaannya meliputi data, analisis dan interpretasi tentang arti dan data yang diperoleh. Penelitian ini disusun sebagai penelitian induktif yakni mencari dan mengumpulkan data yang ada di lapangan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor, unsur-unsur bentuk, dan suatu sifat dari fenomena di masyarakat (Arikunto,2010:15).

3.1.2 Objek Penelitian

Penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian pada konsumen yang sedang mengunjungi *Café d'Arte* di Bandar Lampung. Adapun penelitian ini dilakukan unuk mengetahui pengaruh suasana tempat dan lokasi terhadap loyalitas Konsumen pada *Café d'arte* Bandar Lampung.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui cara sebagai berikut:

- a. Kuesioner, yaitu berisikan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian akan dibagikan kepada masing-masing pihak konsumen yang diharapkan dapat membantu dalam penelitian ini.
- b. Dokumentasi, pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari literatur, dokumen-dokumen dan sumber data lain yang berasal dari media elektronik seperti internet yang mempunyai hubungan dalam penulisan penelitian ini.

3.3 Jenis Data

Jenis dan sumber data dari variabel-variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut :

- a. Data Primer

Data ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu masyarakat Bandar Lampung yang datang dan membeli makanan/minuman di Cafe d'Arte.

- b. Data Sekunder

Data ini diperoleh dari kepustakaan melalui buku-buku atau literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti khususnya mengenai pengaruh suasana tempat dan lokasi terhadap loyalitas konsumen.

3.4 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2010:57), mendefinisikan variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik

kesimpulannya. Variabel penelitian terdiri atas variabel independen dan variabel dependen. Adapun variabel dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Independen

- Suasana Tempat (X_1)
- Lokasi (X_2)

2. Variabel Dependen (Y)

- Loyalitas Konsumen

3.4.2 Operasional Variabel

Variabel-variabel yang diteliti sehubungan dengan pengaruh suasana toko, dan lokasi toko terhadap minat beli pada produk Cafe d'Arte. Adapun indikator-indikator dari variabel-variabel diatas adalah sebagai berikut.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Sub. Variabel	Indikator	Skala
Suasana Tempat (X_1)	Suasana toko adalah pengembangan karakter fisik dari sebuah toko yang digunakan untuk menarik konsumen dan membangun sebuah citra (Berman dan Evans, 2001)	• Bagian Luar (<i>exterior</i>) ($X_{1.1}$)	<ul style="list-style-type: none"> • Bagian muka toko • Logo/symbol • Pintu masuk • Keunikan • Tempat Parkir 	Likert
		• Interior Umum (<i>general interior</i>) ($X_{1.2}$)	<ul style="list-style-type: none"> • Pewarnaan dan pencahayaan • Suhu udara • Aroma dan musik • Kebersihan • Pramusaji 	Likert
		• Tata Letak (<i>store layout</i>) ($X_{1.3}$)	<ul style="list-style-type: none"> • Alokasi luas ruang • Penempatan meja/kursi • Penempatan ruangan 	Likert
		• Tampilan Interior (<i>interior display</i>) ($X_{1.4}$)	<ul style="list-style-type: none"> • Perabotan • Papan tanda • Dekorasi dinding 	Likert

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (lanjutan)

Variabel	Konsep Variabel	Sub. Variabel	Indikator	Skala
Lokasi (X_2)	Posisi dimana dalam trading area tempat pedagang eceran beroperasi (Tjiptono, 2007)	Lingkungan lokasi toko	<ul style="list-style-type: none"> • Kedekatan lokasi dengan konsumen • Kemudahan dicapai • Keamanan lokasi • Keramaian lokasi • Kedekatan lokasi parkir • Keamanan tempat parkir 	Likert
Loyalitas Konsumen (Y)	perilaku dari unit – unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus - menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih (Elbert dan Griffin, 2009)	Pertimbangan yang mempengaruhi loyalitas konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • bersedia untuk membeli ulang • membeli antar lini produk atau jasa • mereferensikan kepada orang lain • menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing 	Likert

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:45). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengunjung Cafe d'Arte di Bandar Lampung.

3.5.2 Sampel

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan

sampel yang membatasi pada ciri-ciri khusus seseorang yang memberikan informasi yang dibutuhkan dengan cara menentukan responden yang menggunakan produk cafe d'Arte. Penentuan subjek untuk dijadikan sampel atau responden dilakukan secara *purposive sampling* dengan kriteria:

- 1) Konsumen yang sedang mengunjungi *cafe d'Arte* Bandar Lampung
- 2) Bersedia menjadi responden

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang yang merupakan bagian dari populasi sebagai responden. Sampel sebesar 100 responden sesuai dengan saran Hair et.al. (2007:114), bahwa untuk penelitian yang akan diolah dengan menggunakan *multiple regresion* jumlah sampel minimum 50 responden dan lebih disarankan 100 responden bagi kebanyakan situasi penelitian. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel 100 orang.

3.6 Skala Pengukuran Variabel

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner. Di dalam melakukan penelitian, peneliti memberikan skor untuk mengukur variabel-variabel yang akan diteliti. Penentuan bobot yang digunakan dalam melakukan penelitian atas hasil daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah dengan menggunakan Skala Likert yaitu 5 berjenjang (5,4,3,2,1). Dengan kriteria umum penelitian untuk skor jawaban adalah:

- SS (Sangat Setuju) = 5
- S (Setuju) = 4

- N (Netral) = 3
- TS (Tidak setuju) = 2
- STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana daftar pertanyaan/kuesioner mampu mengungkap data sehingga mampu menjawab permasalahan. Suatu kuesioner akan mempunyai validitas tinggi apabila dapat menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Uji validitas diujikan terhadap 30 responden, sehingga didapatkan $n = 30$ dan r tabel = 0,361 dengan tingkat kepercayaan 95%. Item pertanyaan dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Menurut Suliyanto (2011:18) uji validitas dapat dihitung dengan bantuan SPSS versi 20.0 menggunakan rumus *Corelation Product Moment* sebagai berikut:

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

r_{xy} = koefisien korelasi *Product Moment*

n = jumlah pengamatan

$\sum X$ = jumlah dari pengamatan nilai X

$\sum Y$ = jumlah dari pengamatan nilai Y

r_{xy} merupakan koefisien korelasi yang selalu berkisar antara -1 sampai dengan 1. Koefisien korelasi yang semakin besar dan mendekati angka satu berarti memiliki korelasi yang semakin kuat.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang digunakan dapat di percaya atau dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketepatan pengukuran. Menurut Hair *et al.* (2007:125) pengujian reliabilitas ditunjukkan oleh koefisien *Alpha Croanbach* dan dapat diolah dengan bantuan SPSS 20.0 dengan rumus :

$$r^{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_1^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan :

r^{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_1^2$ = Jumlah varians pertanyaan

σ_1^2 = Varians total

$$\text{Dimana } \sigma_1^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}}{n}$$

Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Croanbach's Alpa* dengan bantuan SPSS 20.0. Hasil pengujian reliabilitas dikatakan reliabel jika nilai *Alfa Croanbach* > 0.7 dan nilai *Alpa Croanbach* hitung lebih besar daripada *Croanbach's Alpa if item deleted*.

Menurut Hair *et al.* (2007:125) nilai tingkat keandalan *Cronbach's Alpha* dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2 Skala Keandalan Croanbach Alpha

Nilai Croanbach Alpha	Tingkat Keandalan
0.0 - 0.20	Kurang Andal
>0.20 – 0.40	Agak Andal
>0.40 – 0.60	Cukup Andal
>0.60 – 0.80	Andal
>0.80 – 1.00	Sangat Andal

Sumber: Hair *et al.* (2007:125)

3.8 Alat Analisis

3.8.1 Analisis Kualitatif

Data kualitatif yaitu data penelitian yang bukan angka, yang sifatnya tidak dapat dihitung berupa informasi atau penjelasan yang didasarkan pada pendekatan teoritis dan penilaian logis.

Perhitungan hasil kuesioner menggunakan distribusi frekuensi dan menggunakan *mean* atau rata-rata jawaban responden. *Mean* dapat dimanfaatkan untuk melihat kecenderungan penilaian responden terhadap pernyataan yang diberikan. Sebelum analisis *mean* dilakukan terlebih dahulu dibuat suatu batas kelas. Pembuatan batas

kelas digunakan untuk memutuskan apakah nilai rata-rata dapat masuk dalam kategori baru.

Hasil dari rata-rata kemudian dibagi pada rentang skala berdasarkan rumus berikut:

$$\text{Rentang skala interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Nilai tertinggi}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Nilai rata-rata (*mean*) dimasukkan ke dalam rentang skala sesuai dengan tabel interval nilai dan interpretasinya sebagai berikut :

Tabel 3.3 Penafsiran Nilai Rata-Rata (*Mean*)

Nilai Rata-Rata	Kategori
$1.00 < x \leq 1.80$	Persetujuan Sangat Rendah (Sangat Tidak Setuju)
$1.80 < x \leq 2.60$	Persetujuan Rendah (Tidak Setuju)
$2.60 < x \leq 3.40$	Persetujuan Cukup (Netral)
$3.40 < x \leq 4.20$	Persetujuan Tinggi (Setuju)
$4.20 < x \leq 5.00$	Persetujuan Sangat Tinggi (Sangat Setuju)

Sumber : Darmadi dkk., dalam Eko Putra, Nandi (2010:53)

Setelah diketahui rentang skala, selanjutnya dapat diketahui dimana letak rata-rata penilaian responden melalui penafsiran nilai rata-rata dari jawaban responden terhadap pernyataan pada kuesioner.

3.8.2 Analisis Kuantitatif

3.8.2.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana penilaian konsumen tentang suasana tempat dan lokasi terhadap loyalitas konsumen pada cafe d'Arte di Bandar Lampung. Analisis yang digunakan meliputi pengujian terhadap suasana tempat, lokasi cafe, dan loyalitas konsumen. Model analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Model regresi digunakan untuk mengansumsikan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel suasana tempat dan lokasi terhadap loyalitas konsumen. Jadi analisis regresi berganda dilakukan jika jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2010:64). Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

dimana :

Y = Loyalitas Konsumen

a = Nilai konstanta

X₁ = Suasana Tempat

X₂ = Lokasi

b₁, b₂ = Besaran koefisien regresi masing-masing variabel

e = error

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F)

Menurut Suliyanto (2011:55) uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen X_1 dan X_2 secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$.

Dengan kriteria pengujian :

Ho diterima dan Ha ditolak bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Ho ditolak dan Ha diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.9.2 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Menurut Sugiyono (2010:87) uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen X^1 dan X^2 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% .

Dengan kriteria pengujian :

Ho diterima dan Ha ditolak bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak dan Ha diterima bila $t_{hitung} > t_{tabel}$