

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yakni guna mengetahui sejauh mana pengaruh gaya hidup dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen di Epidemikopi Jombang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen dan variabel bebas (X1) yaitu Gaya Hidup (*lifestyle*) dan (X2) *Servicescape*. Dengan menggunakan skala pengukuran Likerts. Penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui pengaruh dari gaya hidup (*lifestyle*) dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen. Sehingga jenis penelitian ini menggunakan metode *explanatory*, dengan menggunakan metode kuantitatif.

Menurut (Sugiyono, 2017) metode *explanatory survey* ini merupakan metode penelitian yang bermaksudkan untuk menjelaskan kedudukan dari variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya atau dengan istilah lain penelitian ini bermaksud menjelaskan kedudukan dari variabel-variabelnya.

Metode pada pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, penyebaran angket, dan dokumentasi. Guna analisis data, peneliti menggunakan bantuan yaitu sebuah program SPSS. SPSS adalah suatu program untuk mengelolah data stastistik yang berfungsi untuk menganalisis data dan melakukan perhitungan statistik (parametrik dan non parametrik) dengan basis windows (Ghozali I. , 2012). Dengan melalui berbagai uji, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis (uji t dan R^2).

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

3.2.1 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah konsumen Epidemikopi Jombang.

3.2.2 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah pengaruh gaya hidup dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen Epidemikopi Jombang.

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen dan variabel bebas (X1) yaitu Gaya Hidup (*lifestyle*) dan (X2) *Servicescape*.

3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Menurut Moh. Nazir (1998:126), definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel atau konstruk tersebut.

1. Variabel bebas yaitu variabel yang nilainya tidak tergantung pada variabel lain, terdiri dari :
 - a. Gaya Hidup (X1) merupakan bagaimana konsumen menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat). Gaya hidup juga mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan uang dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.
 - b. *Servicescape* (X2) terkait erat dengan gaya dan tampilan fisik, bentuk utama serta bagian dari pengalaman lainnya yang ditemukan untuk konsumen di sebuah tempat untuk penghantaran layanan. Ini merupakan komponen penting dalam sebuah *coffee shop* yang bisa memberikan efek sensorik dominan yang diciptakan dari lingkungan fisik di sebuah *coffee shop*, maka *coffee shop* harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya agar dapat menarik konsumen untuk datang ke *coffee shop* tersebut.
2. Variabel terikat yaitu variabel yang terpengaruhi oleh variabel lain, yaitu kepuasan konsumen di Epidemikopi Jombang. Kepuasan

konsumen adalah ekspresi konsumen berdasarkan hasil evaluasi secara umum atas kinerja yang diberikan dengan ekspektasi yang diharapkan, yang diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Kepuasan terhadap suasana Epidemikopi
2. Kepuasan terhadap cita rasa menu Epidemikopi
3. Kepuasan terhadap layanan Epidemikopi
4. Kepuasan terhadap fasilitas Epidemikopi

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Item	Sumber
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan terhadap suasana	1. Konsumen merasa puas dengan suasana yang disajikan Epidemikopi	Dikembangkan oleh peneliti
	Kepuasan terhadap menu	2. Konsumen merasa puas dengan pilihan menu beverages yang ditawarkan Epidemikopi	
	Kepuasan terhadap layanan	3. Konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan Epidemikopi	
	Kepuasan terhadap fasilitas	4. Konsumen merasa puas dengan fasilitas yang diberikan Epidemikopi	
Gaya Hidup (X1)	Aktivitas	5. Nongkrong di <i>coffe shop</i> sebagai tempat untuk reuni atau bersosialisasi dengan teman atau kerabat.	(YiLin, 2011)
	Minat	6. Saya mengunjungi <i>coffe shop</i> karena saya merupakan pecinta minuman <i>coffee</i> .	
	Pendapat	7. Nongkrong di <i>coffeshop</i> bisa meningkatkan eksistensi diri.	
<i>Service scape</i> (X2)	<i>Ambient Conditions</i>	8. Warna pada bangunan di Epidemikopi memberikan kesan nyaman.	(Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2011)
	<i>Spatial Layout and Functionality</i>	9. Tata ruang pada bangunan Epidemikopi baik interior dan eksterior ditata secara artistik.	

Tabel 3.1 Lanjutan

	<i>Signs, Symbols, and Artifacts</i>	10. Tanda atau petunjuk arah memberikan informasi dengan baik dalam menunjukan (kasir/toilet/mushola).	
--	--------------------------------------	--	--

Sumber: Dikembangkan oleh peneliti, YiLin (2011), Lovelock dan Wirtz (2011:284), dan jurnal lainnya.

3.3.3 Skala Pengukuran

Pengukuran nilai dari angket ini menggunakan sebuah skala *Likert*. Skala *Likert* ini adalah skala yang dipergunakan untuk mengukur suatu persepsi, sikap atau pendapat dari seseorang/kelompok tentang sebuah fenomena, kejadian atau peristiwa sosial berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Jawaban dari responden ini bersifat persepsional yang dikuantitatifkan, dimana jawaban untuk pernyataan diberi nilai :

1. Nilai 5, untuk jawaban sangat setuju.
2. Nilai 4, untuk jawaban setuju.
3. Nilai 3, untuk jawaban kurang setuju.
4. Nilai 2, untuk jawaban tidak setuju.
5. Nilai 1, untuk jawaban sangat tidak setuju.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2017) Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki sebuah karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti guna diteliti dan ditarik sebuah kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Epidemikopi Jombang yang tidak diketahui jumlahnya.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari karakteristik yang dimiliki pada populasi. Jika populasinya besar dan peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua yang ada dalam populasi tersebut (bisa dikarenakan oleh keterbatasan waktu, tenaga atau dana), maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut itu adalah kesimpulan yang

diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi ini harus betul-betul mewakili. (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil jumlahnya tidak diketahui, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan menggunakan rumus (Riduwan & Akdon, 2013) :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

Z_{α} = Nilai yang diperoleh dari tabel normalitas tingkat keyakinan.

e = Kesalahan Penarikan Sampel

2σ = Standar Deviasi

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai Z_{α} 0,05 adalah 1,96 dan standar deviasi (σ) = 0,25. Tingkat kesalahan dalam penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat ditentukan jumlah sampelnya yaitu:

$$n = \left(\frac{(1,96).(0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus diatas (Ridwan & Akdon, 2013), besar nilai sampel adalah 96 orang. Maka peneliti akan menyebar 96 angket.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik yang dipergunakan dalam pengambilan sebuah sampel penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017), *Nonprobability Sampling* adalah sebuah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan sebuah peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur/anggota pada populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan

sebuah jenis teknik *accidental sampling*, dimana pengambilan sampelnya ini secara aksidental atau mengambil responden secara kebetulan yang sedang ada di tempat yang sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010).

3.5 Jenis dan Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam mendapatkan data, peneliti menggunakan data primer dan sekunder. Berikut penjelasan kedua data tersebut :

a. Data Primer

Menurut (Malhotra, 2010), Data primer ini adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus yaitu menyelesaikan masalah riset. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan angket kepada responden sebagai sumber informasi.

b. Data Sekunder

Menurut (Malhotra, 2010), Data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi. Data sekunder ini diperoleh dari jurnal, buku, dan media online lain sebagai pendukung informasi penelitian.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada beberapa cara untuk pengumpulan data penelitian, antara lain :

- a. Angket yang merupakan teknik pengumpulan informasi dan data dengan menjawab sebuah pilihan jawaban yang secara sistematis dan dilandasi pada tujuan penelitian. Dalam hal ini pengumpulan informasi dan datanya dilakukan di *caffeshop* Epidemikopi Jombang.
- b. Dokumentasi yang merupakan pengumpulan dan mempelajari data dan informasi dari buku, jurnal, tulisan ilmiah, majalah, dan media *online* yang memiliki relevansi dengan konteks penelitian ini.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan suatu tingkah atau kesalahan dari instrumen (Suharsimi, 2014). Suatu instrumen ini dikatakan valid

apabila instrumen yang tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur agar valid. Guna mengetahui apakah instrumen itu telah disusun validitasnya atau tidak, maka akan dilakukan oengujian menggunakan *contract validity*. Validitas dalam penelitian ini biasanya dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat untuk penelitian mengenai isi atau arti sebenarnya yang diukur (Umar, 2011). Dalam uji validitas, peneliti menggunakan validitas *construck validity* sehingga menggunakan teknik korelasi item total (*corrected item total correlation*).

Skala pengukuran dikatakan valid jika skala itu digunakan untuk mengukur yang seharusnya diukur. Dalam menentukan validitas ini didasarkan dari perbandingan nilai korelasi, item pada angket jika lebih besar dibanding dengan 0,3 pada tingkat keyakinan 95% yang diartikan bahwa item item itu valid. Namun jika kurang dari 0,3 maka item pada angket tersebut tidak valid (Suwarno, 2010).

Adapun uji coba validitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji validitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Uji Validitas

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	r hitung	Nilai Koefisien	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	Aktivitas (X1.1)	X1.1.1	0,862	0,30	Valid
	Minat (X1.2)	X1.2.2	0,875	0,30	Valid
	Pendapat (X1.3)	X1.3.3	0,875	0,30	Valid
<i>Service scape</i> (X2)	<i>Ambient Conditions</i> (X2.1)	X2.1.1	0,908	0,30	Valid

Tabel 3.2 Lanjutan

	<i>Spatial Layout and Functionality</i> (X2.2)	X2.2.2	0,854	0,30	Valid
--	--	--------	-------	------	-------

	<i>Signs, Symbols, and Artifacts (X2.3)</i>	X2.3.3	0,835	0,30	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan terhadap suasana (Y1)	Y1.1	0,860	0,30	Valid
	Kepuasan terhadap menu (Y2)	Y2.2	0,911	0,30	Valid
	Kepuasan terhadap layanan (Y3)	Y3.3	0,895	0,30	Valid
	Kepuasan terhadap fasilitas (Y4)	Y4.4	0,930	0,30	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21, 2020

Berdasarkan tabel 3.2 maka diatas disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang terdapat pada variabel gaya hidup, servicescape dan kepuasan konsumen diperoleh dari r hitung lebih besar dari nilai koefisien, hal ini berarti semua variabel adalah valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian guna mengukur angket yang merupakan indikator dari variabel. Suatu angket dikatakan handal atau reliable adalah jika jawaban seseorang tersebut terhadap pernyataan menjawab secara konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpa dengan bantuan SPSS 21. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach, yaitu :

- a. Apabila hasil koefisien Alpha > taraf signifikansi 60% atau 0.6 maka kuesioner tersebut reliable.
- b. Apabila hasil koefisien Alpha < taraf signifikansi 60 % atau 0.6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

Adapun uji coba reliabilitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji reliabilitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	0,838	Cronbach Alpha > 0,60	Reliabel
Servicescape (X2)	0,822	Cronbach Alpha > 0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,921	Cronbach Alpha > 0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21, 2020

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2017) metode deskriptif merupakan metode yang digunakan guna menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya. Analisis deskriptif ini digunakan guna mengetahui frekuensi dan variasi dari jawaban terhadap item pernyataan dalam angket.

Guna mengetahui kategori dari rata-rata skor dapat menggunakan perhitungan berikut ini :

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor} &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

1,0 – 1,8 = sangat buruk

1,9 – 2,6 = buruk

2,7 – 3,4 = cukup

3,5 – 4,2 = baik

4,3 – 5,0 = sangat baik (Sudjana, 2012)

3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Linier Berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linier antar variabel bebas (X_1 , X_2) dengan variabel terikat (Y). Hubungan fungsional antara variabel terikat dengan variabel bebas dibuat sebagai berikut :

Persamaan umum :

$$Y = a + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Konsumen

a : Constanta

b_1, b_2 : Koefisien Regresi

X_1 : Gaya Hidup (*Lifestyle*)

X_2 : *Servicescape*

e : Standar Error atau kesalahan pengganggu

3.8 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan sebuah analisis regresi berganda, untuk dapat memperkirakan yang tidak biasa maka akan dilakukan sebuah pengujian asumsi klasik. Ada beberapa kriteria persyaratan dari asumsi klasik yang wajib dipenuhi, antara lain :

1.8.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas ini adalah guna mengetahui apakah distribusi dari sebuah data mendekati atau mengikuti distribusi normal, yaitu data dengan bentuk lonceng, data tidak melenceng kekanan dan kekiri. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0.05 dan jika kurang dari 0,05 maka data berdistribusi tersebut tidak normal. Dalam penelitian ini uji normalitas distribusi data menggunakan uji *kolmogorovsmirnov*.

1.8.2 Uji Linearitas

Uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Sebagai dasar :

1. Jika nilai sig. deviation from linearity $> 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika nilai sig. deviation from linearity $< 0,05$, maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

1.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Prinsip dari uji ini adalah ingin menguji apakah sebuah grup tersebut mempunyai varians yang sama diantara anggota grup itu. Bila varians itu sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas. Dan jika varians tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Uji ini menggunakan sebuah output dari SPSS melalui grafik *scatterplot*.

1.8.4 Uji Multikolinearitas

Guna mendeteksi ada atau tidak multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dengan membandingkan :

1. $VIF > 5$, maka ini diduga memiliki persoalan multikolinearitas
2. $VIF < 5$, maka ini tidak terdapat multikolinearitas
3. Tolerance $> 0,1$ maka ini diduga memiliki persoalan multikolinearitas
4. Tolerance $< 0,1$ maka ini tidak terdapat multikolinearitas

1.8.5 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu cross sectional. Autokorelasi merupakan korelasi time series (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika $D - W$ sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai rule of thumb (aturan ringkas), jika nilai $D - W$ diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi. (Ghozali, 2012)

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji statistik-t dilakukan guna melihat secara parsial bagaimana pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Model dari hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah :

- a. H^0 : $b_1, b_2 = 0$, diartikan bahwa variabel gaya hidup (*lifestyle*) dan *servicescape* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan konsumen.
- b. H_0 : $b_1, b_2 \neq 0$, diartikan bahwa variabel gaya hidup (*lifestyle*) dan *servicescape* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan konsumen.

3.9.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinan (R^2) ini mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikatnya. Bila semakin besar nilainya (mendekati angka satu), maka dapat disebut bahwa pengaruh variabel bebas yaitu gaya hidup (*lifestyle*) dan *servicescape* adalah kuat terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Hal ini berarti model yang digunakan ini semakin kuat dalam menerangkan pengaruh variabel gaya hidup (*lifestyle*) dan *servicescape* yang diteliti terhadap variabel kepuasan konsumen.