

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Hardani et al., 2020). Deskriptif kuantitatif adalah data berupa angka atau hasil statistik yang dijelaskan menjadi kalimat.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Menurut Fraenkel dan Wallen (dalam Hardani et al., 2020) Penelitian survei merupakan penelitian dengan mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakan melalui angket atau interview supaya nantinya menggambarkan berbagai aspek dari populasi.

B. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

1. Populasi

Menurut Ismiyanto (dalam Siyoto dan Sodik, 2015) populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, suatu hal yang di dalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi (data) penelitian. Dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui maka populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah lebih dari satu kali berkunjung di Kopiria Kota Samarinda.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Siyoto dan Sodik, 2015). Bila populasi besar dan tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari seluruh populasi yang ada, dikarenakan adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive sampling*. sebab pengambilan sampel anggota populasi dilakukan dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Hair et al (2014):

Jumlah sampel = jumlah indikator dikali 5 sampai 10

Karena dalam penelitian ini terdapat 11 indikator, maka jumlah sampel yang digunakan adalah:

Jumlah sampel = $11 \times 10 = 110$ responden.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel dalam penelitian ini dikemukakan dalam rangka membantu menjelaskan pokok subyek dan batasan pengertian untuk variabel-variabel tersebut. Variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X1) adalah variabel yang mempengaruhi keberadaan variabel dependen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *Store Atmosphere* (X1).

2. Variabel *intervening* (Y1) adalah variabel yang memiliki hubungan tidak langsung antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel ini memiliki posisi diantara variabel independen dan dependen. Variabel *intervening* pada penelitian ini adalah *Customer Satisfaction* (Y1)
3. Variabel Dependen (Y2) adalah variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *Revisit Intention* (Y2). Definisi operasional dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Data dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner. Kuisisioner yang akan disusun menggunakan metode pengskalaan likert (*likert scale*). Skala likert adalah suatu skala yang dirancang untuk menelaah seberapa kuat subjek menyetujui suatu pernyataan pada skala lima poin dengan titik panduan (*anchor*) sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1
Tidak Setuju (TS)	= 2
Ragu/Netral	= 3
Setuju (S)	= 4
Sangat Setuju (SS)	= 5

Untuk memperoleh skor kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala likert 5 butir. Untuk mengukur item yang terdapat dalam kuesioner, maka setiap pilihan jawaban akan diberi skor dan selanjutnya responden akan memilih untuk mendukung pernyataan (item positif) atau tidak mendukung

pernyataan (item negatif). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

1. *Store Atmosphere*

Store Atmosphere merupakan suatu penataan lingkungan yang dirancang untuk membuat pelanggan Kopiria kota Samarinda merasa nyaman saat berkunjung. Oleh karena itu, semakin baik *Store Atmosphere* yang dibangun oleh Kopiria kota Samarinda maka konsumen akan semakin suka untuk berkunjung.

Pada penelitian ini definisi operasional indikator yang digunakan untuk variabel *Store Atmosphere*, menurut Ballantine dan Hammack (dalam Daniel et al., 2020) sebagai berikut :

Tabel 3.1 Indikator *Store Atmosphere*

No	Dimensi	Indikator	Item	Sumber
1.	Fasilitas fisik	Fasilitas fisik Kopiria Cafe cukup menarik.	SA1	
2.	Pewarnaan	Pewarnaan didalam ruangan Kopiria Cafe terlihat menyenangkan	SA2	Ballantine dan Hammack (dalam Daniel et al., 2020)
3.	Pencahayaan	Pencahayaan di Kopiria Cafe cerah dan hangat.	SA3	
4.	Aroma atau bau	Aroma harum di Kopiria Cafe sesuai dengan produk yang dijual.	SA4	

Sumber : Ballantine dan Hammack (dalam Daniel et al., 2020)

2. *Customer Satisfaction*

Customer Satisfaction adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen Kopiria atas produk atau kinerja pelayanan setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan pelanggan menggambarkan bahwa produk dan kinerja pelayanan di Kopiria kota Samarinda telah sesuai dengan harapan konsumen.

Pada penelitian ini definisi operasional indikator yang digunakan untuk variabel *Customer Satisfaction* dikemukakan oleh Dimitriades (Daniel et al., 2020) indikator pembentuk kepuasan kosumen terdiri dari:

Tabel 3.2 Indikator *Customer Satisfaction*

No	Dimensi	Indikator	Item	Sumber
1.	Kualitas pelayanan	Saya benar-benar menikmati diri saya di Kopiria Cafe yang pernah saya kunjungi.	CS1	Dimitriades (Daniel et al., 2020)
2.	Kesesuaian harapan	Saya sangat puas dengan pengalaman saya secara keseluruhan di Kopiria Cafe yang pernah saya kunjungi.	CS2	
3.	Emosional	Saya selalu memiliki kesan yang baik tentang Kopiria Cafe yang pernah saya kunjungi.	CS3	
4.	Kemudahan mendapatkan produk atau jasa	Saya akan merasa mendapatkan apa yang saya inginkan ketika saya meninggalkan Kopiria Cafe.	CS4	

Sumber : Dimitriades (Daniel et al., 2020)

3. *Revisit Intention*

Revisit Intention adalah konsumen terus mengulangi pembelian di Kopiria meskipun tidak memiliki keterikatan emosional dengan itu. *Revisit Intention* pada Kopiria kota Samarinda suatu akan meningkatkan pendapatan dan citra *cafe* yang baik karena konsumen cenderung akan mengunjungi Kopiria untuk mendapatkan produk dan pelayanan yang sama seperti sebelumnya.

Indikator variabel *Revisit Intention* yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang dikemukakan oleh Hawkins dan Mothersbaugh (dalam Daniel et al., 2020), yaitu :

Tabel 3.3 Indikator *Revisit Intention*

No	Dimensi	Indikator	Item	Sumber
1.	Minat berkunjung kembali	Saya ingin kembali ke Kopiria Cafe di masa depan.	RI1	
2.	Kesediaan merekomendasikan	Saya akan merekomendasikan Kopiria Cafe kepada teman saya atau orang lain	RI2	Hawkins dan Mothersbaugh (dalam Daniel et al., 2020)
3.	Menjadikan sebagai daftar	Saya selalu menganggap Kopiria Cafe yang saya kunjungi sebagai salah satu pilihan dalam daftar saya.	RI3	

Sumber : Hawkins dan Mothersbaugh (dalam Daniel et al., 2020)

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data merupakan segala subjek yang dapat memberikan informasi agar memperoleh data yang diperlukan. Berdasarkan sumbernya data dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung (Siyoto dan Sodik, 2015). Dalam penelitian ini data primer berasal dari data yang dikumpulkan melalui *electronic* kuisiner dari *google form*. Kuisiner akan disebar secara *online* pada responden untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua) (Siyoto dan Sodik, 2015). Dalam penelitian ini sumber data sekunder berasal dari literatur, artikel, serta jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut (Hardani et al., 2020) Data primer dalam suatu penelitian diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket, observasi, wawancara dan lain-lain. Data primer didapatkan menggunakan metode survei melalui

kuisisioner. Kuisisioner merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis yang akan dijawab oleh responden. Proses penyebaran kuisisioner dilakukan secara *online* menggunakan aplikasi *google form* yang kemudian akan dibagikan melalui akun sosial media kepada responden yang sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditentukan dalam penelitian ini yaitu pengunjung Kopiria Kota Samarinda.

Adapun langkah yang dilaksanakan dalam pengumpulan data menggunakan kuisisioner adalah sebagai berikut: (1) membagikan kuisisioner kepada responden yang sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan sebelumnya; (2) memberikan penjelasan tentang kuisisioner yang telah dibagikan; (3) responden mengisi kuisisioner; (4) mengumpulkan kuisisioner yang telah diisi; (5) kuisisioner selanjutnya akan diseleksi, disortir, dan ditabulasi.

Dalam penelitian ini kuisisioner dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan guna memperoleh informasi umum mengenai diri responden untuk mengetahui kesesuaian karakteristik responden dengan kriteria sampel yang telah ditentukan. Bagian kedua berisi pertanyaan untuk memperoleh data penelitian dan menganalisis pengaruh *Store Atmosphere* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Revisit Intention* pada *Kopiria Cafe* Kota Samarinda.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data dengan menggunakan *software* SmartPLS, yang dijalankan dengan media komputer. PLS (*partial*

least square) merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas. Sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas. PLS (*partial least square*) adalah analisis yang bersifat soft modeling karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 responden).

Penelitian ini dilakukan dengan mempelajari secara langsung di *Kopiria Cafe* Kota Samarinda. Studi ini dimaksudkan untuk mendapatkan data-data khususnya hal-hal yang berkaitan dengan pengukuran pengaruh *Store Atmosphere*, *Customer Satisfaction*, dan *Revisit Intention*.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif item variabel terdiri dari 5 item pernyataan dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut (Sudjana, 2005):

$$\text{Rentan skor} = \frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

Tabel 3.4 interpretasi skor

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1,0-1,8
Tidak Setuju	1,9-2,7
Netral	2,8-3,6
Setuju	3,7-4,5
Sangat setuju	4,6-5,4

Sumber : (Sudjana, 2005)

2. Uji Validitas

Validitas merupakan bagian yang sangat penting karena validitas menjamin keabsahan pengukuran dari skala yang telah ditentukan dari variable-variabel yang digunakan dalam menentukan hubungan suatu kejadian atau fenomena. Validitas terdiri dari validitas eksternal dan validitas internal. validitas Eksternal menunjukkan bahwa hasil penelitian valid digeneralisasi untuk semua objek, situasi, dan waktu yang berbeda. Validitas internal mendemonstrasikan kemampuan alat penelitian untuk mengukur apa yang harus diukur terhadap suatu konsep.

Validitas internal terdiri dari validitas kualitatif dan validitas konstruktif. Validitas kualitatif terdiri dari validitas tampak (*face validity*) dan validitas isi (*content validity*). Validitas konten menunjukkan kemampuan item dalam instrumen mewakili konsep pengukuran. Validitas tampak menunjukkan bahwa item mengukur suatu konsep jika dari penampilan tampaknya seperti mengukur konsep tersebut. Validitas konstruk menunjukkan seberapa baik

hasil yang didapatkan menggunakan pengukuran sesuai teori yang digunakan untuk menjelaskan suatu konstruk. Hubungan yang kuat antara konstruk dan item-item pertanyaannya dan hubungan yang lemah dengan variabel lainnya merupakan salah satu cara untuk menguji validitas konstruk. Validitas konstruk terdiri atas validitas konvergen dan validitas diskriminan.

1) Validitas Konvergen

Validitas konvergen mengacu pada prinsip bahwa nilai-nilai yang diukur dari suatu konstruk harus berkorelasi tinggi. Validitas konvergen terjadi ketika hasil diperoleh dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama menunjukkan korelasi yang tinggi.

a) *Loading Factor* atau *Outer Loading*

Uji validitas konvergen dalam PLS menggunakan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi dengan skor item/skor komponen dengan skor konstruk) Indikator yang mengukur konstruk. *Rule of thumb* yang umum digunakan pada PLS untuk *loading factor* adalah 0,7. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai *loading factor*, semakin penting peran *loading factor* dalam interpretasi matriks faktor.

b) *Average Variance Extracted (AVE)*

Untuk menentukan validitas konvergen kita juga dapat memeriksa nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Model yang sesuai diperlukan jika AVE masing-masing konstruk memiliki nilai lebih besar dari 0,5.

2) Validitas Diskriminan

a) *Cross Loading*

Validitas diskriminan mengacu pada prinsip bahwa pengukuran konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Validitas

diskriminan terjadi ketika dua instrumen berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkolerasi menghasilkan nilai skor yang tidak berkolerasi. Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruksinya. Dapat dinyatakan memenuhi *discriminant validity* jika nilai *cross loading* indikator pada variabelnya merupakan yang terbesar dibandingkan pada variabel lainnya.

Tabel 3.5 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
Konvergen	<i>Loading factor</i>	Lebih dari 0,7
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Lebih dari 0,5
	<i>Communality</i>	Lebih dari 0,5
	Diskriminan	Akar AVE dan Korelasi variabel laten
	<i>Cross loading</i>	Lebih dari 0,7 dalam satu variabel

Sumber: (Abdillah & Jogiyanto, 2015:196)

2. Uji Reabilitas

1) *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Selain uji validitas, PLS juga melakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Menurut Azwar (dalam Siyoto dan sodik, 2015), reliabilitas berhubungan dengan akurasi instrumen dalam mengukur apa yang diukur, kecermatan hasil ukur dan seberapa akurat seandainya dilakukan pengukuran ulang. Reabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan alat ukur yang digunakan. Uji reabilitas pada PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. *Cronbach's alpha* mengukur batas

bawah nilai reabilitas suatu konstruk, sedangkan *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Tetapi, *composite reliability* dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal pada suatu konstruk. *Rule of thumb* nilai alpha atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 walaupun nilai 0,6 masih bisa diterima. Menurut Kerlinger (dalam Siyoto dan sodik, 2015) reliabilitas dicapai apabila kita mengukur himpunan objek yang sama berulang kali dengan instrumen yang sama atau serupa akan memberikan hasil yang sama atau serupa. Tetapi, sesungguhnya uji konsistensi internal tidak mutlak dilakukan jika validitas konstruk telah terpenuhi, karena konstruk yang valid sudah pasti konstruk yang reliabel, sedangkan konstruk yang reliabel belum tentu valid.

3. Model Struktural (*Inner Model*)

1) *Goodness-Fit Model*

Model struktural pada PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 untuk konstruk dependen, nilai koefisien path atau t-values tiap path untuk uji signifikan antar konstruk dalam model struktural. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel terhadap variabel dependen. Jika semakin tinggi nilai R^2 maka semakin baik juga model prediksi dari model penelitian yang akan diajukan. Sebagai contoh, jika nilai R^2 sebesar 0,7 maka artinya variasi perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan variabel independen sebesar 70 persen dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Tetapi, R^2 bukanlah parameter

yang absolut dalam mengukur ketepatan model prediksi dikarenakan hubungan teoritis adalah parameter yang paling utama untuk menjelaskan hubungan kuualitas tersebut.