

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Kegiatan penelitian dilakukan berdasarkan ciri-ciri keilmuan yakni rasional, empiris, dan sistematis. Metode penelitian dalam teknik pengumpulan data yang tepat perlu dirumuskan dengan tujuan mendapatkan gambaran objektif mengenai permasalahan diteliti.

#### **A. Waktu dan Tempat Penelitian**

Kegiatan penelitian ini dimulai pada bulan Agustus 2018 sampai bulan Agustus 2019. Adapun subjek dan tempat penelitiannya adalah konsumen kafe Cork and Srew yang terletak di Plaza Indonesia, Jl. M.H. Thamrin No.28-30, RT.9/RW.5, Gondangdia, Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10350

#### **B. Desain Penelitian**

Desain Penelitian adalah rancangan penelitian yang akan digunakan sebagai pedoman untuk melakukan proses penelitian. Dalam penelitian ini desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kausal. Menurut Sugiyono (2013) penelitian kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui tentang hubungan yang bersifat sebab dan akibat karena

adanya variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependent (variabel terikat).

Desain penelitian ini berguna untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel eksogen dalam hal ini adalah *store atmosphere electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap variabel endogen yaitu keputusan pembelian. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013), pendekatan kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Antar keseluruhan variabel-variabel ini diukur sehingga data-data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

## **C. Definisi dan Operasional Variabel**

### **1. Definisi Variabel**

Menurut Sugiyono (2013) variabel adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian yang dilakukan penulis terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan dependen. Berikut adalah definisi setiap variabel.

### **2. Definisi Variabel Operasional**

Definisi operasional variabel adalah pengukuran konsep-konsep yang berupa kerangka dengan kata-kata menggunakan perilaku atau gejala

yang diamati, diuji dan ditentukan kebenarannya. Definisi operasional variabel merupakan suatu informasi yang amat membantu penelitian lain yang ingin membantu penelitian yang sama (Sugiyono, 2013). Definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Definisi Variabel Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>
<p><i>Store Atmosphere</i></p> <p>Kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan, <i>store atmosphere</i> dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian.</p> <p>(Dessyana, 2013) (Hussain and Ali, 2015)</p>	<p>a Kebersihan, persepsi konsumen mengenai kebersihan kafe</p> <p>b Musik, dampak musik terhadap kenyamanan konsumen</p> <p>c Aroma, dukungan aroma yang mempengaruhi suasana hati konsumen</p> <p>d Suhu, temperatur ruangan kafe yang menambah kenyamanan konsumen</p> <p>e Pencahayaan, kondisi pencahayaan yang jelas</p>
<p><i>Electronic Word of Mouth</i></p> <p>Merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang berisi tentang pernyataan positif atau negatif yang dilakukan konsumen potensial, maupun mantan konsumen tentang suatu produk, yang tersedia bagi orang banyak melalui media sosial internet.</p> <p>(Thurau <i>et al</i>, 2004 dalam Sari dan Edriana, 2018:</p>	<p>a <i>Concern for Others</i>, memberikan rekomendasi mengenai kafe dengan membicarakannya pada <i>Group Chat</i></p> <p>b <i>Expressing Positive Emotions</i>, menampilkan foto di media sosial saat berada di kafe dengan menampilkan caption positif</p> <p>c <i>Helping Company</i>. Memberikan like pada setiap postingan foto di media sosial kafe</p>

---

19) (Fitria dan I Made, 2016)	
<i>Brand Image</i>	a Keunggulan Merek, kualitas rasa makanan yang dimiliki kafe
Deskripsi tentang asosiasi keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.	b Kekuatan Merek, atmosfer yang dirasakan pelanggan terhadap kafe
	c Keunikan Merek, ciri khas yang diunggulkan cafe
(Aaker, 2014) (Rangkuti, 2013)	
Keputusan Pembelian	a Produk yang ditawarkan sesuai kebutuhan
Merupakan keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi	b Kemudahan untuk mendapatkan barang
	c Kemudahan untuk membeli barang
	d Keinginan untuk membeli kembali
	e Rekomendasi
(Alma, 2014) (Widowati, 2014)	

---

#### D. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2013) menerangkan bahwa skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal.

Skala ordinal memungkinkan untuk pengurutan data dari tingkat yang paling rendah ke tingkat paling tinggi atau sebaliknya, dengan interval tidak harus sama. Skala pengukuran ordinal memberikan informasi tentang jumlah relatif karakteristik berbeda yang dimiliki oleh objek atau individu tertentu (Ghozali, 2013). Pengukuran masing-masing

variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan metode yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013).

**Tabel 3.2 Skala Penelitian Kuesioner**

<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Bobot Skor</b>
STS = Sangat Tidak Setuju	1
TS = Tidak Setuju	2
CS = Cukup Setuju	3
S = Setuju	4
SS = Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2013)

Berdasarkan Tabel 3.2 diketahui bahwa skala yang digunakan pada kuesioner untuk mendapatkan data responden adalah 1-5 yang mewakili jawaban tiap responden dan diujikan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian untuk menjawab rumusan masalah.

## **E. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dapat disimpulkan populasi adalah pengamatan yang dilakukan oleh peneliti untuk mencari kesimpulan dari penelitian tersebut. Populasi dapat memudahkan peneliti dalam penelitiannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah Pelanggan Kafe Cork and Srew.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Pengambilan sampel ditujukan kepada pelanggan Kafe Cork and Srew. Dikarenakan populasi cukup besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka dilakukan penarikan sampel dari populasi yang diteliti dengan *Non Probability Sampling* dengan teknik yang digunakan yaitu teknik *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara sengaja, dimana peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena pertimbangan tertentu. Sampel diambil secara acak, tapi ditentukan sendiri oleh peneliti. Teknik dipilih karena teknik ini relatif mudah untuk dilaksanakan terhadap pelanggan Kafe Cork and Srew. Penentuan sampel berdasarkan kriteria sebagai berikut, yakni meliputi:

- a Pelanggan Kafe Cork and Srew di Plaza Indonesia
- b Bersedia mengisi kuesioner yang disebar oleh peneliti
- c Melakukan pembelian di Kafe Cork and Srew

Menurut Ghozali (2014), ukuran sampel yang sesuai dalam metode persamaan SEM adalah 100-200 sampel, dan tergantung pada jumlah parameter yang diestimasi, yakni jumlah sampel 5-10 dikali jumlah indikator. Berdasarkan jumlah indikator ( $16 \times 5 = 80$ ). Pada penelitian ini peneliti menggunakan 80 sampel.

## **F. Jenis dan Data Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data primer dan sekunder. Berikut adalah penjelasannya:

- a Data Primer merupakan hasil tabulasi dari jawaban responden. Data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti yang diperoleh langsung dari responden. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner untuk dapat diisi responden, yakni dikhususkan untuk pelanggan Kafe Cork and Srew
- b Data sekunder adalah merupakan data yang diperoleh yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan yang dilakukan dengan cara mengumpulkan sumber literatur untuk diteliti.

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk keberhasilan suatu penelitian haruslah dipakai atau digunakan suatu teknik pengumpulan data yang baik agar dapat tercapai hasil yang maksimal. Adapun teknik pengambilan dan pengambilan data yang dapat digunakan untuk penelitian ini ini adalah kuesioner yang merupakan instrumen untuk pengumpulan data, dimana partisipan dan responden

mengisi pertanyaan dan pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. (Sugiyono,2013).

- a Kuesioner. Kuesioner dilakukan dengan memberikan suatu daftar pertanyaan yang disusun sebelumnya dan diberikan kepada responden untuk dapat diisi responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti ingin tahu tentang variabel yang akan diukur dan yang bisa diharapkan dari responden
- b Kuesioner *Online*. Metode kuesioner online memberikan suatu daftar pertanyaan yang disusun sebelumnya kepada responden melalui penggunaan situs aplikasi digital, seperti google docs, email maupun google spreadsheet dalam penyebaran kuesionernya.

Berdasarkan uraian diatas, Peneliti akan membagikan kuesioner kepada responden yang berada di Kafe Cork and Srew dengan syarat dan ketentuan kriteria yang diinginkan oleh peneliti, yakni yang melakukan pembelian di Kafe Cork and Srew.

## **H. Metode Analisis Data**

### **1. Tahapan Analisis**

Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan alat analisis PLS Versi 3. Dalam menjalankan *Partial Least Square* (PLS), dapat dilakukan dengan 2 (dua) tahapan sebagai berikut.

1. Menggambar Diagram Jalur. Dalam menggambar diagram jalur (*Path Diagram*), digunakan prosedur *nomogram reticular action modelling* (RAM) yang berbasis pada ketentuan sebagai berikut (Ghozali, 2014):
  - a. Konstruk teoritis yang menunjukkan suatu variabel laten (*latent variable*) digambar dengan bentuk oval atau lingkaran (*circle*).
  - b. Variabel-variabel terukur atau indikator digambar dengan bentuk kotak (*squares*).
  - c. Hubungan tidak simetris (*asymmetrical relationship*) yang menunjukkan satu arah digambarkan dengan panah arah tunggal (*single headed arrow*).
  - d. Hubungan simetris (*symmetrical relationship*) yang menunjukkan dua arah bolak-balik digambarkan dengan panah arah *double* (*double headed arrow*).
2. Tentukan berapa banyak blok (variabel laten) yang akan dibangun dengan indikator pada tiap variabel laten. Terdapat dua tipe konstruk pada variabel laten.
  - a. Tipe 1: Variabel laten memprediksi indikator (konstruk reflektif).
  - b. Tipe 2: Indikator memprediksi variabel laten (konstruk formatif).

Penelitian ini menggunakan tipe 1, yaitu konstruk reflektif. Hal tersebut dikarenakan indikator dilihat sebagai efek dari konstruk yang dapat diamati. Istilah direfleksikan dapat disebut juga dimanifestasikan oleh, dijabarkan menjadi, diukur dari atau keluaran dari (*outcome of*).

## 2. Evaluasi Model PLS

*Partial Least Square* (PLS) sebagai model prediksi tidak mengasumsikan distribusi tertentu untuk mengestimasi parameter dan memprediksi hubungan kausalitas. Karena itu, teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan dan model evaluasi untuk prediksi bersifat non-parametrik. Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model*.

*Outer model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Melalui proses iterasi *algoritma*, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*) diperoleh, termasuk nilai  $R^2$  sebagai parameter ketepatan model prediksi. Sedangkan *inner model* merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Melalui proses *bootstrapping*, parameter uji *t-statistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas.

### 1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Suatu konsep dari model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap purifikasi dalam model pengukuran. Model pengukuran sendiri digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Ghozali, 2014). Menurut Ghozali (2014), indikator yang digunakan untuk validitas adalah

nilai *outer loading* > 0,70 dan *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,50.

Berikut adalah formula menghitung *Average Variance Extracted* (AVE).

$$\text{AVE} = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \text{var}(\varepsilon_i)}$$

Sumber: Ghozali, 2014

Selain uji validitas, PLS juga melakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji Reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan 2 (dua) metode, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. Indikator yang digunakan untuk reliabilitas adalah nilai *cronbach's alpha* atau *composite reliability* > 0,70 (Ghhozali, 2014:44). Berikut adalah rumusan perhitungan

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda_i)^2 \rho_c}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \text{var}(\varepsilon_i)}$$

Sumber: Ghozali, 2014

## 2. Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antarkonstruk dalam model struktural dan nilai  $R^2$  untuk konstruk dependen. Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Sebagai contoh, jika nilai  $R^2$  sebesar 0,7 artinya variasi perubahan variabel dependen dapat

dijelaskan oleh variabel independen sebesar 70%, sedangkan sisanya diijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diajukan. Namun  $R^2$  bukanlah parameter absolut dalam mengukur ketepatan model prediksi karena dasar hubungan teoritis adalah parameter yang paling utama untuk menjelaskan hubungan kausalitas tersebut. Adapun rumus umum koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Sumber: Ghozali, 2014

Keterangan :

D = koefisien determinasi

R = koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Skor koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan oleh nilai *t-statistic* harus di atas 1,96 untuk hipotesis dua arah (*two-tailed*) untuk pengujian hipotesis pada *alpha* 5% (Ghozali, 2014). Berikut adalah rumusan perhitungan *t-statistic*.

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i - \beta_i^*}{SE(\beta_i)}$$

Sumber: Ghozali, 2014

Di mana:

$\beta_i$  = parameter yang diestimasi

$\beta_i^*$  = nilai hipotesis dari  $\beta_i$  ( $H_0$ ;  $\beta_i^* = 0$ )