

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan Penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Gatherinc Café & Bistro Citraland Surabaya” ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:14), pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada populasi atau sampel tertentu. Metode penelitian ini menggunakan teknik *confirmatory factor analysis*.

3.2 Gambaran dari Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:80), populasi adalah generasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung dan mengkonsumsi produk Gatherinc Café & Bistro Citraland Surabaya. Populasi ini tak terhingga jumlahnya sehingga perlu untuk dilakukan penarikan sampel.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah sebagian dari populasi yang dapat mewakili seluruh populasi. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah konsumen Gatherinc Café & Bistro yang minimal telah satu kali mengkonsumsi produk Gatherinc Café & Bistro. Maka dari banyaknya jumlah populasi yang tidak dapat dihitung maka penghitungan sampel dilakukan dengan rumus:

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

Gambar 3.1 Rumus Penarikan Sampel
Sumber: Widiyanto (2008)

Dimana:

n = Ukuran Sampel

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

Moe = *Margin of Error* (tingkat kesalahan maksimum adalah 10%)

Dilihat dari rumus diatas maka diperoleh penghitungan jumlah sampel sebagai berikut.

$$\begin{aligned} n &= (1,96)^2/4*(0.1)^2 \\ &= 96,04 = 97 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \end{aligned}$$

Jadi total sampel dalam penelitian ini ada 100 responden

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Sumber data yang dilakukan pada penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Data primer adalah sumber data pertama di mana sebuah data dihasilkan (Burhan, 2013:129). Data primer dalam penelitian ini adalah berupa data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Gatherinc Café & Bistro

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data kedua setelah data primer. Jadi yang dimaksud dengan data sekunder adalah data yang tidak langsung diperoleh oleh Penulis dari subjek penelitian melainkan berupa dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari Gatherinc Café & Bistro.

3.4 Metode dan Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah dengan:

3.4.1 Riset Perpustakaan

Riset perpustakaan sebagai sumber informasi eksternal untuk mengumpulkan data dan memberikan sumber referensi yang berguna untuk menunjang data penelitian. Yang dapat digunakan sebagai data sekunder penelitian.

3.4.2 Metode Kuesioner

Dalam metode kuesioner ini, Peneliti membagikan 100 kuesioner kepada responden yang digunakan dalam penelitian. Hasil kuesioner digunakan sebagai data primer. Untuk kuesioner yang disebarakan kepada responden, penulis menggunakan alat pengukuran Likert.

1. Nilai 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).
2. Nilai 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS).
3. Nilai 3 untuk jawaban Setuju (S).
4. Nilai 4 untuk jawaban Sangat Setuju (SS).

3.5 Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, dalam Rahma, 2014), instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen penelitian yang digunakan oleh Penulis adalah kuesioner. Berikut adalah kisi-kisi instrumen penelitian. Kisi-Kisi instrument penelitian ini merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Gatherinc Café & Bistro Citraland.

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Faktor-Faktor	Indikator	Pernyataan
1	Stimulasi Pemasaran	Produksi	Menurut saya Gatherinc memiliki manajemen produksi yang baik, setiap kali saya memesan selalu tersedia dan jarang sekali stock kosong
		Produk	Menurut Saya Gatherinc menyajikan makanan dan minuman yang bermutu dan memiliki penampilan yang menarik
		Pemasaran	Menurut saya Gatherinc giat memasang iklan baik dari social media maupun secara offline
2	Perilaku Konsumen	Sosial	Saya biasanya datang ke Gatherinc bersama keluarga saya
			Saya biasanya datang ke Gatherinc bersama kelompok persahabatan saya
			Saya biasanya datang ke Gatherinc bersama kelompok social saya sehari-hari (kelompok keagamaan, olahraga, dll, arisan)
			Saya biasanya datang ke Gatherinc bersama kelompok kerja saya.
		Pribadi	Saya adalah tipe orang yang menyukai inovasi seperti menyukai

			<p>produk baru, layanan baru, dll</p> <p>Saya adalah tipe orang yang susah untuk menerima baik produk atau layanan baru dari suatu perusahaan</p> <p>Saya adalah tipe orang yang memperhatikan pendapat masyarakat dan suka berbagi</p> <p>Saya adalah tipe orang yang sangat memperhatikan keluarga sehingga lebih sering kumpul dan pergi dengan keluarga</p>
		Gaya Hidup	
			Saya adalah orang yang sangat memperhatikan gaya hidup daripada rutinitas pekerjaan sehari-hari
		Psikologis	<p>Motivasi saya di Gatherinc adalah untuk pemenuhan kebutuhan akan rasa haus dan lapar</p> <p>Motivasi saya di Gatherinc adalah untuk menunjukkan pada orang lain bahwa saya makan di sebuah café yang bagus</p>
3	Kualitas Layanan		Menurut saya Gatherinc memiliki penampilan yang menarik termasuk penampilan karyawan dan sarana prasarana yang digunakan
			Pelayanan yang diberikan di Gatherinc sangat <i>hospitality</i>
			Pelayanan yang diberikan di Gatherinc cepat dan tepat

			Staff & Crew Gatherinc memiliki <i>product knowledge</i> yang bagus dan sopan
			Pelayanan yang diberikan Gatherinc selalu berusaha untuk memahami pelanggan
4	Lokasi		Gatherinc memiliki lokasi yang tepat dan strategis

Sumber : Data diolah (2018)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas ditujukan untuk mengetahui apakah instrument penelitian yang digunakan valid dan reliable. Jika hasil uji menyatakan valid maka instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel yang hendak diukur. Berikut adalah rumus uji validitas.

$$\text{Rumus : } r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Gambar 3.2 Rumus Uji Validitas

Sumber : Jayakusumah (2011)

Keterangan:

X = Skor pertanyaan ke-n

Y = Skor Total

N = Jumlah obyek penelitian

R = Koefisien korelasi pearson validitas

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Subali (2012:113), reliabilitas atau keandalan berkaitan dengan konsistensi. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika memberikan hasil yang sama pada berkali-kali pengukuran. Menurut Sugiyono (2012:15), suatu instrument dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,60. Maka suatu instrument dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$, sedangkan suatu insrumen dinyatakan tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$.

3.7 Analisis Faktor

Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini adalah teknik analisis faktor dengan jenis analisis faktor konfirmatori. Analisis faktor adalah teknik yang berusaha untuk mencari kesamaan dimensi yang mendasari variabel-variabel yang diteliti. Tujuan analisis faktor adalah untuk menjelaskan struktur hubungan di antara banyak variabel dalam bentuk faktor. Penulis menggunakan bantuan *software SPSS (Statistical Product and Service Solutions)* untuk menganalisa agar lebih mudah.

Tahapan dalam melakukan analisis faktor adalah sebagai berikut.

1. Tabulasi

Yang dimaksud dengan tabulasi ini adalah hasil penyebaran kuesioner yang siap untuk diolah di SPSS.

2. Pembentukan Matriks Korelasi

Adalah matriks yang memuat koefisien korelasi dari semua variabel dalam penelitian. Variabel-variabel tersebut harus berkorelasi satu sama lain. Pengujian terhadap variabel-variabel yang telah ditentukan diukur dengan menggunakan *metode test* dengan dua pendekatan yaitu:

a. *Kaiser-Meiyer-Oklin* (KMO)

Metode ini digunakan untuk mengukur kecukupan sampel dengan membandingkan koefisien korelasi terobservasi dengan koefisien korelasi parsial.

Tabel 3.2 Penilaian Uji KMO

Rentang Nilai KMO	Kategori Penilaian
$0,9 \leq KMO \leq 1,0$	data sangat baik (<i>marvelous</i>) untuk analisis faktor
$0,8 \leq KMO < 0,9$	data baik (<i>meritorious</i>) untuk analisis faktor
$0,7 \leq KMO < 0,8$	data cukup (<i>middling</i>) untuk analisis faktor
$0,6 \leq KMO < 0,7$	data kurang (<i>mediocre</i>) untuk analisis faktor
$0,5 \leq KMO < 0,6$	data buruk (<i>miserable</i>) untuk analisis faktor
$KMO \leq 0,5$	data tidak dapat diterima (<i>unacceptable</i>) untuk analisis faktor

Sumber : (Kaiser, dalam Widarjono, 2010)

b. *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*

Metode ini juga digunakan untuk mengukur kecukupan sampel yang dihitung pada tiap variabel individual. Berikut adalah kriteria penilaian MSA.

Tabel 3.3 Kategori Nilai MSA

Rentang Nilai MSA	Kriteria Kategori Penilaian
MSA = 1	variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain
MSA \geq 0,5	variabel masih bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut
MSA < 0,5	variabel dapat dieliminasi untuk tidak disertakan dalam analisis faktor

Sumber : Santosa (2002)

3. Menentukan Pendekatan yang Digunakan Dalam Analisis

Analisis faktor ini menggunakan pendekatan analisis komponen utama (*Principal Component Analysis*) yang mempertimbangkan variasi total dari data yang diamati. Tujuannya adalah untuk menentukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli di Gatherinc Café & Bistro Citraland Surabaya.

4. Menentukan Jumlah Faktor

Tahapan selanjutnya adalah menentukan jumlah faktor yang dapat terbentuk. Jumlah faktor yang dapat terbentuk diukur berdasarkan nilai

besaran Eigen dari faktor-faktor tersebut. Dalam hal ini faktor yang memiliki nilai Eigen lebih besar dari 1.0 akan dipertahankan dalam model.

5. Rotasi Faktor

Tahapan selanjutnya adalah melakukan analisa dengan menggunakan rotasi *varimax*. Rotasi Varimax adalah rotasi yang memaksimalkan faktor pembobot. Rotasi tersebut menghasilkan matriks *loading*. Rotasi ini digunakan untuk meminimalisasi jumlah indikator yang mempunyai faktor *loading* yang tinggi pada tiap faktor. Metode ini telah terbukti lebih baik untuk menunjukkan perbedaan antar faktor.

6. Penamaan Faktor yang Terbentuk

Tahapan selanjutnya adalah diperlukan interpretasi nama faktor yang sesuai setelah diperoleh sejumlah faktor. Interpretasi faktor ini dapat dilakukan berdasarkan faktor loading variabel-variabel yang membentuknya.