

### BAB III

#### METODA PENELITIAN

##### A. Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah 4 restoran *franchise*, 2 *franchise* asing dan 2 *franchise* lokal, *franchise* lokal diwakili oleh EXCELSO dan KOPI LUWAK dan *franchise* asing diwakili oleh STARBUCKS dan J.CO. Subyek dalam penelitian ini adalah konsumen restoran (kedai kopi) yang pada saat penelitian berlangsung konsumen melakukan pembelian di EXCELSO atau KOPI LUWAK atau STARBUCKS atau J.CO

##### B. Populasi dan metode pengambilan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Yogyakarta yang pernah berkunjung untuk melakukan pembelian di restoran *franchise* lokal dan *franchise* asing. Untuk *franchise* lokal diwakili oleh EXCELSO dan KOPI LUWAK sedangkan untuk *franchise* asing diwakili oleh STARBUCKS DAN J.CO.

Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, peneliti mempunyai kriteria responden untuk dijadikan sampel, dalam penelitian ini yaitu responden sedang melakukan pembelian di restoran tersebut dan pernah melakukan pembelian di restoran *franchise* local maupun asing lain, jumlah sampel yang diambil adalah 40 orang untuk masing-masing kategori kedai

kopi yang dipilih sehingga secara keseluruhan berjumlah 240 orang total responden. Jumlah 30-500 adalah cukup untuk berbagai penelitian multivariate (termasuk analisis regresi linear berganda) jumlah sampel setidaknya harus 10 kali atau lebih dari variabel yang diteliti menurut (Roscoe dalam Sekaran, 2003)

### **C. Jenis Data**

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan penyebaran instrumen penelitian/kuesioner kepada responden yaitu masyarakat yang pernah datang untuk membeli di restoran (kedai kopi) yang dipilih oleh peneliti yaitu pada kedai kopi *franchise* lokal dan *franchise* asing.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner kepada responden untuk data primer.

Adapun metode yang digunakan untuk pengumpulan data dengan menggunakan Kuesioner, Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada konsumen yang terpilih sebagai sampel penelitian (responden), metode ini digunakan untuk menggali data primer.

## **E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

### **1. Variabel Bebas**

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel *dependent* (Sugiyono, 2000). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah atribut restoran yang terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan tempat. Sedangkan untuk variabel tergantung adalah pembelian kembali, variabel mediasinya adalah kepuasan pelanggan.

#### **a. Kualitas Produk**

Adalah atribut restoran yang berkaitan dengan minuman dan makanan yang disajikan di restoran. Atribut kualitas produk ini diukur dari 4 item yang meliputi keragaman menu, inovasi makanan, penyajian makanan, konsistensi minuman.

#### **b. Kualitas Pelayanan**

Adalah atribut restoran yang berkaitan dengan tingkat pelayanan yang diterima pelanggan saat melakukan pembelian di restoran. Kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan 5 item yang meliputi penampilan karyawan, kesopanan pelayanan, waktu tunggu memperoleh tempat duduk, waktu tunggu makanan datang, waktu tunggu dalam membayar tagihan

#### **c. Harga**

Adalah atribut restoran yang berkaitan dengan tingkat harga/nilai minuman dan makanan yang ditawarkan penyedia jasa

restoran terhadap pelanggan. Atribut harga ini meliputi 2 item pernyataan meliputi harga minuman dan harga makanan.

**d. Tempat**

Adalah atribut restoran yang berkaitan dengan keadaan dan suasana di restoran yang dikunjunginya. Atribut tempat ini diukur dengan menggunakan 4 item pernyataan meliputi suasana di lingkungan restoran, perlengkapan di restoran, fasilitas kamar mandi, area parkir.

**2. Variabel Terikat (Dependent variable)**

Variabel terikat adalah merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya *variable independent* (Sugiyono, 2000).

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah :

**Pembelian kembali**

Pembelian kembali merupakan keinginan pelanggan untuk membeli kembali jasa pada penyedia jasa yang sama pada waktu yang akan datang (Taylor and Baker, 1994). Pengukuran variable pembelian kembali dengan menggunakan satu item pernyataan dari Taylor and Baker (1994) mengenai persetujuan atau ketidaksetujuan pelanggan untuk membeli kembali ke restoran yang sama jika membutuhkannya pada waktu yang akan datang.

### 3. Variabel Mediasi

#### a. Kepuasan

Menurut Kotler (2005), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dihasilkan terhadap (atau hasil) yang diharapkan. Variabel kepuasan ini diukur dengan 4 item pernyataan mengenai kepuasan atau ketidakpuasan responden terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, tempat.

## F. Uji Kualitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurannya dengan tepat atau belum. Menurut Sekaran (2003) validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Skala pengukuran dinyatakan valid jika skala tersebut mampu menjalankan yang seharusnya diukur. Jika skala pengukuran tidak valid maka tidak berguna untuk peneliti karena tidak mengukur yang seharusnya diukur, validitas yang diuji pada penelitian ini adalah validitas konstruk dengan menggunakan korelasi produk moment. Suatu butir dinyatakan valid jika memiliki taraf signifikansi  $< 0,05$  (5%) (Nurdiyantoro 2004). Pengujian dilakukan dengan program SPSS for windows versi 15.00 dengan  $\alpha = 0,05$  (5%).

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian realibilitas ditujukan untuk memastikan bahwa jawaban responden benar-benar konsisten dengan pernyataan dalam kuesioner. Reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan pendekatan internal *concistency reliability* yang menggunakan *cronbach alpha* untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item yang ada dalam kuesioner berhubungan antara satu dengan yang lain. Sebuah factor dinyatakan reliabel jika koefisien alpha lebih besar dari 0,6. Pengujian reliabilitas akan dilakukan dengan program *statistic spss for windows* versi 15.0

## G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

### 1. Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan analisis mediasi (interveening) yaitu analisis dilakukan memanfaatkan variabel pengganggu yang bersifat hipotetikal yang secara konkrit pengaruhnya tidak kelihatan namun secara teori dapat mempengaruhi hubungan variabel bebas dengan variable terikat alat analisis yang digunakan adalah dengan analisis regresi linier berganda tahap pertama yaitu variable bebas terhadap variable mediasi, dan tahap kedua variable bebas dan variable mediasi terhadap variable terikat. Adapun langkahnya adalah sebagai berikut :

**a. Analisis Regresi Tahap I**

Analisis Pengaruh Atribut Restoran Terhadap kepuasan pelanggan di  
Kedai Kopi *franchise*

$$M = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e_i$$

Keterangan :

M = Kepuasan Pelanggan

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Kualitas pelayanan

X<sub>3</sub> = Harga

X<sub>4</sub> = Tempat

b<sub>0</sub> = Konstanta

b<sub>1</sub>,....., b<sub>4</sub> = Koefisien Regresi

**b. Analisis Regresi Tahap II**

Analisis Pengaruh Atribut Restoran dan kepuasan pelanggan Terhadap  
Pembelian Kembali di Kedai Kopi *franchise*

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5M + e_i$$

Keterangan :

Y = Pembelian kembali

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Kualitas pelayanan

X<sub>3</sub> = Harga

X<sub>4</sub> = Tempat

M = Kepuasan Pelanggan

b<sub>0</sub> = Konstanta

b<sub>1</sub>,....., b<sub>4</sub> = Koefisien Regresi

**c. Analisis Regresi dengan mediasi**

Hasil analisis regresi tahap satu dan tahap kedua dilakukan perhitungan untuk memperoleh nilai mediasi dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Indirect effect, } X_1 \text{ ke Y melalui } M &= p_{MX_1} \times p_{YM} \\ &= IE \end{aligned}$$

$$\text{Dengan demikian pengaruh totalnya} = p_{yX_1} + IE$$

Dimana  $p_{MX}$  adalah koefisien regresi dari analisis regresi tahap pertama variabel X sedangkan  $p_{YM}$  koefisien regresi variable mediasi dari analisis regresi tahap kedua, apabila nilai perhitungan perkalian lebih besar dari nilai koefisien regresi langsung (tahap kedua) menunjukkan bahwa variabel mediasi benar-benar merupakan variable penghubung antara variable independen terhadap variabel dependen.