

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang ke Kopi Klothok Yogyakarta.

Objek dalam penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, sedangkan objek penelitian merupakan tempat dimana variabel melekat. Objek dalam penelitian ini dilakukan di Kopi Klothok Pakem Sleman Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban kuesioner dan hasil wawancara dari konsumen mengenai *experiential marketing* terhadap minat pembelian ulang.

C. Teknik Pengumpulan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah responden yang pernah datang dan melakukan transaksi di Kopi klothok Pakem Sleman dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Menurut Hadi (2006), "*Non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel". *Non probability sampling* ini terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, purposive sampling, sampling jenuh, *snowball sampling* (Sugiyono, 2005). Jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Tjiptono (2008), "*Purposive sampling* merupakan metode memilih sampel yang

mempunyai ciri-ciri tertentu”. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini mempunyai karakteristik yaitu yaitu berusia 17 tahun keatas dan berkunjung minimal 1 kali dalam enam bulan terakhir. Dalam penelitian ini, hal ini disesuaikan dengan rumus Slovin (Malhotra, 2005) yaitu :

$$n = \frac{Z^2 \alpha / 2 (P \cdot Q)}{e^2}$$

Dimana :

$Z^2 \alpha$ = Nilai standar (Z) disesuaikan dengan selang kepercayaan $(1 - \alpha)100\%$

P = Estimasi proporsi populasi yang menjadi target pengambilan sampel.

Q = $(1-P)$ adalah proporsi yang tidak menjadi target pengambilan sampel.

E = Toleransi tingkat kesalahan pengambilan sampel yang dapat diterima.

Dengan mengambil $\alpha = 10\%$ dan tingkat kesalahan pengambilan sampel $e = 0,05$, dan probabilitas $P = 0,50$ (karena jumlah konsumen Kopi Klothok Sleman tidak diketahui), maka besar sampel yang harus diambil minimum sebesar 100.

$$n = \frac{10\% / 2 (0,50 \times (1 - 0,50))}{0,05^2} = 80$$

Jadi responden yang diambil sebanyak 80 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data Primer yaitu data yang diperoleh untuk tujuan tertentu atau dalam rangka kegiatan penelitian tertentu. Data primer yang diperoleh bersumber dari hasil penelitian lapangan melalui wawancara langsung, observasi dan kuesioner kepada sejumlah responden.

Dalam penelitian ini hanya menggunakan data primer karena dengan menyebarkan kuesioner yang berupa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada pelanggan yang berkunjung di Kopi Klothok Pakem Sleman Yogyakarta.

Kuesioner yang telah disusun, merupakan rangkaian-rangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan pengaruh *Sense, Feel, Think, Act* dan *Relate* terhadap minat

pembelian ulang dikemudian hari. Pertanyaan dalam kuesioner tersebut dibuat dengan menggunakan skala Likert 1–5 untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi skor nilai.

Tabel 3.1
Skala Likert pada Pertanyaan Tertutup

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. *Sense Experience* (X1)

Merupakan cara untuk menciptakan pengalaman yang berkaitan dengan panca indra melalui penglihatan, suara, sentuhan, rasa dan bau. Indikator dari *sense experience* adalah:

No.	Indikator	Sumber	Skala
1.	Disain dan Layout Warung Kopi Klothok yang menarik	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5
2.	Ruangan Warung Kopi Klothok yang bersih	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5
3.	Musik yang sudah tepat untuk menemani konsumen dalam menikmati makanan	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5
4.	Cita rasa makanan yang disajikan sesuai dengan ekspektasi konsumen	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5

2. *Feel experience* (X2)

Merupakan cara untuk menciptakan pengalaman yang berkaitan dengan emosional yang diciptakan antara konsumen dengan pihak Warung Kopi Kothok Sleman.

Indikator dari *feel experience* adalah:

No.	Indikator	Sumber	Skala
1.	Pelayanan yang diberikan Warung Kopi Klothok cepat dan tepat.	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5
2.	Pemilik dan karyawan mengenali pengunjung yang datang.	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5
3.	Pemilik dan karyawan Warung Kopi Klothok ramah dan sopan.	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5

3. *Think Experience* (X3)

Merupakan cara untuk menciptakan pengalaman yang berkaitan dengan rangsangan kreatifitas dan rasional yang diberikan oleh Warung Kopi Klothok Sleman.

Indikator dari *think experience* adalah :

No.	Indikator	Sumber	Skala
1.	Warung Kopi Klothok memberikan cita rasa yang lebih baik dari harapan konsumen.	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5
2.	Warung Kopi Klothok memberikan kesempatan konsumen untuk memberi ide baru mengenai inovasi	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5

	makanan maupun tempat.		
--	------------------------	--	--

4. *Act Experience* (X4)

Merupakan cara untuk menciptakan pengalaman yang berkaitan dengan gaya hidup dan image yang dibentuk. Indikator dari *act experience* adalah :

No.	Indikator	Sumber	Skala
1.	Produk yang ditawarkan Warung Kopi Klothok unik dan menarik.	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5
2.	Warung Kopi Klothok memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat.	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5

5. *Relate Experience* (X5)

Merupakan cara untuk menciptakan pengalaman yang berkaitan dengan hubungan sosial seperti hubungan satu individu dengan individu lainnya. Indikator dari *relate experience* sebagai berikut:

No.	Indikator	Sumber	Skala
1.	Konsumen merasa diistimewakan karena mendapatkan pelayanan yang istimewa	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5
2.	Dengan keakraban yang dibentuk antara pembeli, karyawan, dan pelanggan, konsumen merasa nyaman dan senang menjadi bagian dari Warung Kopi	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5

	Klothok.		
3.	Konsumen akan merekomendasikan Warung Kopi Klothok kepada orang lain.	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5

6. Keputusan Pembelian Ulang (Y)

Minat pembelian ulang merupakan respon positif atas tindakan masa lalu sehingga terjadi penguatan niat yang akan memungkinkan konsumen tersebut untuk melakukan pembelian secara berulang di Warung Kopi Klothok. Indikator Pembelian Ulang sebagai berikut :

No.	Indikator	Sumber	Skala
1.	Dengan pengalaman yang konsumen dapatkan bersama Warung Kopi Klothok, konsumen berminat untuk melakukan kunjungan ulang ke Warung Kopi Klothok.	Hendarsono dan Sugiono (2013)	Likert 1-5

F. Uji Kualitas dan Instrumen Data

1. Uji Validitas

Validitas merupakan pengujian sejauh mana alat pengukur yang digunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur dan bukan mengukur yang lain. Menurut Ghazali (2011). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas pada dalam penelitian ini digunakan korelasi *pearson* dengan

kriteria jika signifikansi nilai korelasi *pearson* antara masing-masing pertanyaan dengan skor total adalah lebih kecil dari $\alpha=5\%$, maka indikator tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukur yang kita gunakan, sehingga memberikan hasil yang relative konsisten jika pengukuran tersebut diulangi. Pengukuran reliabilitas didasarkan pada indeks numeric yang disebut koefisien.

Sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan *reliable* atau terpercaya apabila instrumen itu memunculkan hasil yang sama secara konsisten setiap kali dilakukan pengukuran (Ferdinand, 2011). Menurut Ghozali (2011) reliabilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipakai. Untuk mengukur reliabilitas digunakan nilai *alpha cronbach*. Jika nilai *alpha cronbach* > 0.6 , maka item-item pertanyaan yang membentuk variabel penelitian dikatakan reliabel.

3. Alat Analisis

a. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif data yang menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Social Science for Windows*). Analisis data menggunakan metode kuantitatif melalui beberapa tahap.

b. Analisa Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh *sense experience* (X1), *feel experience* (X2), *think experience* (X3), *act experience* (X4), *relate experience* (X5) serta variabel minat pembelian ulang (Y) di Kopi Klothok Pakem Sleman Yogyakarta.

Teknik analisis data diperoleh dengan menggunakan rumus yang perhitungannya menggunakan analisis regresi linier berganda dan dibantu dengan program computer SPSS versi 16. Menurut Ghazali (2011) Analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen yaitu sense, feel, think, act, dan relate terhadap satu variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen Kopi Klothok Pakem Sleman Yogyakarta. Formula untuk regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = minat beli ulang

X1 = Sense

X2 = Feel

X3 = Think

X4 = Act

X5 = Relate

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi untuk variabel sense

β_2 = koefisien regresi untuk variabel feel

β_3 = koefisien regresi untuk variabel think

β_4 = koefisien regresi untuk variabel act

β_5 = koefisien regresi untuk variabel relate

e = error

4. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variable independent atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

5. Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah atau bersama-sama.

Kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :

- a. Jika signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan variable independen secara individual terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikan $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variable dependen.

6. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi adalah nilai yang menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependennya. Dalam penelitian ini

menggunakan nilai Adjusted R² Square (ADJ R²) karena melibatkan lebih dari satu variabel independen. Nilai koefisien determinan berada antara 0 dan 1. Menurut Ghozali (2011) nilai yang kecil artinya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya terbatas, sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.