

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016:10) penelitian dapat diartikan sebagai proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Lanjutnya, pengumpulan maupun analisis data dapat dilakukan menggunakan metode – metode ilmiah (kuantitatif atau kualitatif), eksperimental atau noneksperimental, interaktif atau noninteraktif.

Berdasarkan pada topik penelitian ini, maka penulis akan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sugiyono (2018:8) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data yang bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat.

Kemudian Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016:16) menyebutkan penelitian jika ditinjau dari tingkat eksplanasi dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, diantaranya:

1. Penelitian deskriptif, diarahkan untuk mengetahui nilai variabel independen (baik satu variabel maupun lebih) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variabel satu dengan yang lainnya.
2. Penelitian komparatif, diarahkan untuk mengetahui perbandingan antar variabel dengan menggunakan sampel lebih dari satu dan/ atau dalam kurun waktu yang berbeda.
3. Penelitian asosiatif (hubungan), diarahkan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dikategorikan bahwa dalam penelitian ini penulis akan menggunakan metode penelitian asosiatif, hal ini dikarenakan topik dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel, yaitu *servicescape* (sebagai variabel independen) dan *customer experience* (sebagai variabel dependen), yang memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel tersebut. Dengan adanya dua variabel tersebut, penelitian ini akan menggunakan bentuk hubungan kausal. Menurut Sugiyono (2018:37), hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, terdapat variabel independen (yang mempengaruhi) dan dependen (yang dipengaruhi).

B. Objek Penelitian

Objek penelitian dapat diartikan sebagai sifat sebuah keadaan dari suatu benda atau orang yang dinilai menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian, atau yang hendak diselidiki di dalam kegiatan penelitian

(Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016:58). Dalam penelitian ini, yang dijadikan objek oleh penulis adalah restoran Sambel Hejo Sambel Dadak yang terletak di Jl. Pemuda No. 32, RT20 RW6, Mekargalih, Kec. Jatiluhur, Kab. Purwakarta, Jawa Barat. Restoran yang sudah berdiri sejak tahun 2008 ini memiliki karakteristik pada *servicescape* yang unik, dan dikelola oleh tim yang sudah memiliki pengalaman banyak di hotel berbintang.

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:80), populasi merupakan wilayah atau daerah generalisasi yang terbagi atas: objek/ subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu kemudian diambil untuk dijadikan kesimpulannya. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sudah pernah merasakan layanan makan dan minum di SHSD Ciganea. Jumlah populasi dalam penelitian ini akan didasari pada jumlah pengunjung SHSD Ciganea pada tahun 2019, yaitu berjumlah 187.290 orang.

2. Sampling

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018:81). Bila populasi yang ada pada tempat tersebut terbilang besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi dikarenakan

adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Untuk mengambil sampel, diperlukan adanya teknik *sampling*. Menurut Sugiyono (2018:82), teknik *sampling* pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yang pertama terdapat *probability sampling* dan yang kedua adalah *nonprobability sampling*. Maksud dari *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dapat memberikan peluang yang sama dalam setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, sedangkan *nonprobability sampling* tidak dapat memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Probability sampling meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate, stratified random*, dan *sampling area (cluster) sampling*. Kemudian *nonprobability sampling* meliputi *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, dan *snowball*.

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode *simple random sampling*, yang termasuk dalam kategori *probability sampling*. Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016:68), *simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara acak dan sederhana (*simple*) tanpa memperhatikan tingkatan (*strata*) yang ada dalam populasi. Cara ini biasanya dipilih jika anggota populasi dianggap memiliki karakteristik yang homogen (kecenderungan sama).

Untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan jumlah populasi dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = jumlah persen toleransi pengambilan sampel yang keliru (*margin error*)

Dalam penelitian ini, *margin error* sebesar 10%. Maka:

$$n = \frac{187.290}{1 + 187.290(0.1)^2}$$

$$n = \frac{187.290}{1.873,9}$$

$$n = 99,95$$

Dalam penelitian ini, jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 sampel.

D. Metode Pengumpulan Data

Data merupakan sesuatu yang belum memiliki arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya proses pengolahan. Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016:78) mengatakan bahwa data bisa berwujud suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka, matematika, bahasa ataupun simbol – simbol lainnya yang dapat digunakan sebagai bahan untuk melihat objek, kejadian, maupun konsep.

Berdasarkan cara perolehannya, data dapat dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dari sumber pertama, sedangkan data sekunder merupakan data dokumentasi atau data yang diterbitkan dan digunakan oleh organisasi.

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis data, yaitu:

- **Data Primer**

Untuk mendapatkan data primer, penulis melakukan pengumpulan data menggunakan dua teknik, yaitu observasi berperan serta (partisipan) dan penyebaran kuesioner. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan responden adalah pelanggan SHSD Ciganea. Sedangkan kuesioner (Sugiyono 2018:146) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis (kuesioner) kepada responden untuk dijawab.

- **Data Sekunder**

Priyono (2016:183) mengatakan bahwa data sekunder dikumpulkan oleh beberapa peneliti lain. Dalam hal ini, penulis mendapatkan data sekunder dengan mengumpulkan literatur – literatur yang berasal dari jurnal, perpustakaan, internet serta penelitian terlebih dahulu yang memiliki hubungan dengan penelitian ini.

2. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data merupakan alat bantu yang digunakan untuk mendukung proses pengumpulan data yang sudah ditentukan sebelumnya. Berikut ini beberapa instrumen penelitian yang akan digunakan oleh penulis:

- Observasi

Observasi berperan serta menurut Sugiyono (2018:146) merupakan teknik pengumpulan data dengan kondisi peneliti terlibat langsung dalam aktivitas responden atau orang – orang yang sedang diamati.

- Kuesioner

Kuesioner juga dapat disebut sebagai instrumen atau alat pengumpulan data, yang berisikan daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis yang harus dijawab oleh responden sesuai dengan persepsinya (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016:82). Penilaian kuesioner ini akan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018:93) skala likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Nantinya, data yang diperoleh akan tersaji dalam bentuk *ranking*. Jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki penilaian dari sangat positif sampai sangat negatif, dalam penelitian ini skala Likert akan dibuat seperti:

- a. Sangat Setuju (SS) = 5
- b. Setuju (S) = 4
- c. Normal (N) = 3

- d. Tidak Setuju (TS) = 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Setelah data dari responden sudah terkumpul, selanjutnya penulis akan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas:

a. Uji validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2018:121). Uji validitas akan dihitung menggunakan rumus Pearson seperti berikut.

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- X = Nilai masing – masing item
- Y = Nilai total
- ΣXY = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y
- ΣX^2 = Jumlah kuadrat Variabel X
- ΣY^2 = Jumlah kuadrat variabel Y
- N = Jumlah subjek

Pengujian validitas dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan aplikasi pengolah data *SPSS 25 for windows* untuk menguji tingkat validitas variabel X (*servicescape*) dan Y (*customer experience*). Sampel yang digunakan sebanyak 30 responden dengan nilai r Tabel sebesar 0,361 untuk dijadikan tolak ukur nilai r Hitung.

TABEL 4

HASIL UJI VALIDITAS KUESIONER *SERVICESCAPE*

| Nomer | r Hitung | r Tabel | Keterangan | Nomer | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|-------|----------|---------|--------------|-------|----------|---------|--------------|
| 1 | 0.531 | 0.361 | Valid | 13 | 0.779 | 0.361 | Valid |
| 2 | 0.581 | 0.361 | Valid | 14 | 0.741 | 0.361 | Valid |
| 3 | 0.438 | 0.361 | Valid | 15 | 0.701 | 0.361 | Valid |
| 4 | 0.467 | 0.361 | Valid | 16 | 0.743 | 0.361 | Valid |
| 5 | 0.470 | 0.361 | Valid | 17 | 0.625 | 0.361 | Valid |
| 6 | 0.518 | 0.361 | Valid | 18 | 0.710 | 0.361 | Valid |
| 7 | 0.596 | 0.361 | Valid | 19 | 0.565 | 0.361 | Valid |
| 8 | 0.738 | 0.361 | Valid | 20 | 0.528 | 0.361 | Valid |
| 9 | 0.694 | 0.361 | Valid | 21 | 0.750 | 0.361 | Valid |
| 10 | 0.678 | 0.361 | Valid | 22 | 0.729 | 0.361 | Valid |
| 11 | 0.646 | 0.361 | Valid | 23 | 0.867 | 0.361 | Valid |
| 12 | 0.787 | 0.361 | Valid | 24 | 0.683 | 0.361 | Valid |

Sumber: Olahan data peneliti, 2020.

Berdasarkan pada data yang telah diperoleh, menunjukkan validitas pada variabel *servicescape* dengan 24 pernyataan yang ada dapat dinyatakan valid dikarenakan nilai dari seluruh butir pertanyaan memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel.

TABEL 5

HASIL UJI KUESIONER *CUSTOMER EXPERIENCE*

| Nomer | r Hitung | r Tabel | Keterangan | Nomer | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|-------|----------|---------|--------------|-------|----------|---------|--------------|
| 1 | 0.476 | 0.361 | Valid | 10 | 0.769 | 0.361 | Valid |
| 2 | 0.575 | 0.361 | Valid | 11 | 0.581 | 0.361 | Valid |
| 3 | 0.846 | 0.361 | Valid | 12 | 0.879 | 0.361 | Valid |
| 4 | 0.591 | 0.361 | Valid | 13 | 0.880 | 0.361 | Valid |
| 5 | 0.749 | 0.361 | Valid | 14 | 0.829 | 0.361 | Valid |
| 6 | 0.750 | 0.361 | Valid | 15 | 0.683 | 0.361 | Valid |
| 7 | 0.830 | 0.361 | Valid | 16 | 0.758 | 0.361 | Valid |
| 8 | 0.751 | 0.361 | Valid | 17 | 0.847 | 0.361 | Valid |
| 9 | 0.822 | 0.361 | Valid | 18 | 0.618 | 0.361 | Valid |

Sumber: Olahan data peneliti, 2020.

Berdasarkan pada data yang telah diperoleh, menunjukkan validitas pada variabel *customer experience* dengan 18 pernyataan yang ada dapat dinyatakan valid dikarenakan nilai dari seluruh butir pertanyaan memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang reliabel bilamana terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2018:121). Uji reliabilitas akan dihitung menggunakan rumus Alpha Cronbach seperti berikut.

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s^2_j}{s^2_x} \right)$$

$$r = \left(\frac{1 + \alpha}{2\alpha} \right)$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S_j = varian responden untuk satu item

S_x = jumlah varian skor total

TABEL 6

HASIL UJI RELIABILITAS

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .849 | 44 |

Sumber: Olahan Peneliti, 2020.

Berdasarkan uji reliabilitas, instrumen penelitian *servicescape* dengan 24 pernyataan dan *customer experience* dengan 18 pernyataan dapat dinyatakan reliabel karena hasil dari perhitungan yang menggunakan rumus Alpha Cronbach lebih besar dari batasan yang ditentukan yaitu sebesar 0,6, dengan hasil perhitungan yang berada pada angka 0,849.

E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016:90) definisi operasional merupakan suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau menerjemahkan sebuah konsep variabel ke dalam suatu instrumen pengukuran. Tujuan variabel harus didefinisikan secara operasional adalah untuk memudahkan dalam menentukan hubungan antar variabel dan pengukurannya. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

TABEL 7

MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (MOV)

SERVICESCAPE

| Variabel | Sub Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Kuesioner Nomor. |
|--|--|---------------|---|---------|------------------|
| Servicescape is the design of the physical environment and service staff qualities that characterise | <i>Ambient Condition</i> (Kondisi Sekitar) Harris & Ezeh (2008) | <i>Music</i> | Tempo musik yang diputar | Ordinal | 1 |
| | | | Variasi musik yang diputar | | 2 |
| | | | Kesesuaian musik dengan konsep restoran | | 3 |
| | <i>Aroma</i> | Aroma di area | 4 | | |

| | | | | |
|---|--|--------------------------------|---|---------------------|
| <p>the context which houses the service encounter, which elicits internal reactions from customers leading to the display of approach or avoidance behaviours.</p> <p>Bitner (1992, p.67)</p> | | | restoran | |
| | | | Aroma di ruang makan | 5 |
| | | <i>Cleanliness</i> | Kebersihan di area restoran | 6 |
| | <i>Design Factors</i> Harris & Ezeh (2008) | <i>Implicit Communicators</i> | Citra restoran | 7 & 8 |
| | | | Dekorasi | 9 s.d 11 |
| | <i>Furnishing</i> | <i>Furnishing</i> | Elemen yang mendukung kenyamanan di restoran. | 12 s.d 14 |
| | | | <i>Customer Orientation</i> | Kebutuhan pelanggan |
| | <i>Staff Behaviour</i> Harris & Ezeh (2008) | <i>Credibility</i> | Kredibilitas karyawan | 17 |
| | | | <i>Competence</i> | Kompetensi karyawan |
| | <i>Staff Image</i> Harris & Ezeh (2008) | <i>Physical Attractiveness</i> | | Daya tarik fisik |

Sumber: Olahan Peneliti, 2020.

TABEL 8

MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (MOV)

CUSTOMER EXPERIENCE

| Variabel | Sub Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Kuesioner Nomor. |
|--|---------------|------------------------------|----------------------------|---------|------------------|
| Customer experience by Schmitt & Rogers (2008) | <i>Sense</i> | Panca Indra | Sebagai pembeda | Ordinal | 1 s.d 3 |
| | | | Memotivasi pelanggan | | 4 |
| | | | Memberikan nilai tambah | | 5 |
| | <i>Feel</i> | Suasana Hati | Pelayanan | | 6 s.d 8 |
| | | | Kondisi Lingkungan | | 9 |
| | <i>Think</i> | Ekspektasi | Produk & Layanan | | 10 & 11 |
| | | | Evaluasi | | Produk & Layanan |
| | | Kondisi Lingkungan | | | 13 |
| | <i>Act</i> | Interaksi | Komunikasi dengan karyawan | | 14 |
| | | Pola Perilaku | Gaya hidup | | 15 & 16 |
| | <i>Relate</i> | Komunikasi Dengan Orang Lain | Interaksi dengan karyawan | | 17 |
| | | | Berbagi pengalaman | | 18 |
| Rekomendasi | | | 19 | | |

Sumber: Olahan Peneliti, 2020.

F. Analisis Data

1. Analisis Uji Korelasi Rank Spearman

Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016:109) korelasi spearmanrank (Rank Spearman) dapat digunakan untuk mencari hubungan atau menguji signifikansi hipotesis asosiatif apabila masing – masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal, dan sumber data antar variabel tidak harus sama. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan korelasi Rank Spearman untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dari variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) berdasarkan sumber data yang didapatkan oleh penulis.

Berikut adalah rumus yang akan digunakan untuk menghitung besarnya koefisien dalam korelasi rank Spearman:

$$R_s = 1 - \frac{6\sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

R_s = Rank Spearman

d = Selisih rank (X) – rank (Y)

n = Ukuran sampel

Terdapat dasar pengambilan keputusan pada korelasi rank Spearman, jika nilai Signifikansi <0.05 maka berkorelasi, dan jika nilai Signifikansi >0.05 maka tidak berkorelasi.

Dalam menentukan tingkat kekuatan hubungan antar variabel, terdapat kriteria yang menjadi ketentuan pada nilai koefisiensi korelasi, sebagaimana ditentukan seperti berikut:

- 0,00 – 0,25 = korelasi sangat lemah
- 0,26 – 0,50 = korelasi cukup
- 0,51 – 0,75 = korelasi kuat
- 0,76 – 0,99 = korelasi sangat kuat
- 1,00 = korelasi sempurna

2. Koefisien Determinasi

Analisis ini akan digunakan untuk mengetahui berapa besaran kontribusi dari variabel X (*servicescape*) terhadap variabel Y (*customer experience*) yang akan disajikan dalam bentuk persentase (%). Rumus yang akan digunakan sebagai berikut:

$$KD = r_s^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r_s = nilai koefisien korelasi *Rank Spearman*

G. Jadwal Penelitian

TABEL 9
JADWAL PENELITIAN

| | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Agust | Sept | Okt | Nov |
|--------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|------|-----|-----|
| Observasi Lapangan | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan dan Penyusunan TOR | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Proposal UP | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan UP | | | | | | | | | | |
| Seminar UP | | | | | | | | | | |
| Perbaikan Hasil UP | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan dan Analisa Data | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Skripsi & Bimbingan | | | | | | | | | | |
| Pelaksanaan Sidang | | | | | | | | | | |

Sumber: Olahan Peneliti, 2020