

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan desain berupa penelitian kuantitatif dengan objek penelitian berupa restoran Canoli Bandung, dengan populasi berupa seluruh konsumen yang datang ke restoran Canoli Bandung dan sampel yang ditarik menggunakan pendekatan *random sampling* sejumlah 100 sampel. Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa metode kuesioner yang disebar melalui *Google Forms* yang didasari pada studi lapangan dan adanya uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas kuesioner yang digunakan untuk proses pengambilan data.

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

Jenis penelitian yang akan dijalankan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan cara melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel independen terhadap variabel terikat (Arikunto, 2010). Penelitian ini memiliki variabel independen berupa *physical environment* (X) yang memiliki 6 dimensi yang telah digabungkan dari beberapa penelitian (Namkung & Jang, 2008; Raajpoot, 2002; Ryu & Han, 2010; Wakefield & Blodgett, 1996) yang didasari pada dimensi *tangible* dari SERVQUAL (Parasuraman et al., 1985, 1988; Zeithaml et al., 1990).

Sementara variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen pada penelitian ini adalah minat beli konsumen (Y) yang didasari pada

beberapa penelitian sebelumnya yang telah memvalidasi bahwa memang ada pengaruh X terhadap Y pada penelitian terdahulu (Ajzen, 1991, 2011; Rosenbaum & Massiah, 2011; Turley & Milliman, 2000).

Penelitian kuantitatif dipilih dikarenakan terdapat banyak dimensi yang ditemukan dalam variabel *physical environment* dan penelitian ini dilakukan pada konsumen suatu restoran dimana pendekatan ini memungkinkan konsumen untuk menjawab pertanyaan dalam waktu luang dan tanpa melibatkan penelitian sebagai *human instrument* seperti yang terjadi pada pendekatan kualitatif pada umumnya.

### **C. Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah fokus dari suatu penelitian yang digunakan agar penelitian lebih terarah (Sugiyono, 2017). Objek penelitian pada penelitian ini adalah restoran Canoli Bandung. Pokok persoalan yang ingin diteliti pada penelitian ini adalah konsumen di restoran Canoli Bandung.

### **D. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan subjek yang diteliti dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan populasi berupa keseluruhan pengunjung atau konsumen yang berkunjung ke restoran Canoli Bandung.

Sampel adalah representasi dari keseluruhan populasi yang diambil dari keseluruhan populasi untuk mempermudah proses penarikan kesimpulan. Teknik pemilihan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik

*random sampling*. Teknik ini menggunakan menggunakan rumus dibawah untuk menentukan jumlah sampel:

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

Dimana nilai  $n$  merepresentasikan besarnya ukuran sampel agar mencapai suatu signifikansi tertentu yang direpsentasikan dengan nilai  $Z$ . Nilai  $Z$  yang didapatkan dan digunakan untuk penelitian ini didasari pada tingkat kepercayaan (*confidence level*) sebesar 95% dimana memiliki nilai  $Z = 1,96$ .

$M_e$  merepresentasikan *margin of error* atau tingkat kesalahan maksimum yang akan digunakan dalam penelitian ini.  $M_e$  yang akan digunakan pada penelitian ini adalah 10%. Dengan menggunakan rumus diatas, maka jumlah sampel minimal yang dapat diteliti pada penelitian ini adalah berjumlah 97 orang. Penyelesaian dilakukan dengan menjadikan jumlah sampel sebesar 100 orang agar jumlah data lebih mudah untuk diproses.

## **E. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang diadaptasikan pada penelitian ini adalah metode kuesioner tertutup yang dibagikan melalui studi lapangan. Kuesioner yang dibangun akan melalui uji validitas dan reliabilitas untuk menjamin validitas dan keabsahan kuesioner tersebut.

### **1. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian yang akan diadaptasikan di dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang dibangun dari variabel X dan variabel Y.

Kuesioner dirancang berdasarkan pada 6 dimensi *physical environment* dan minat beli konsumen.

## 2. Studi Lapangan

Studi lapangan adalah bentuk penelitian yang dilakukan dengan cara mencari dan mendatangi secara langsung objek penelitiannya. Data yang didapat dari proses ini merupakan data primer. Penelitian ini akan dilakukan dengan mengambil data primer dari konsumen dari restoran Canoli Bandung.

## 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Arikunto (2010) menspesifikasikan bahwa validitas tingkat instrumen merepresentasikan seberapa mampu suatu instrumen mengukur suatu hal. Pengukuran validitas suatu instrumen dapat dilakukan dengan mengkorelasikan antar skor faktor yang ada dengan skor total faktor dengan menggunakan uji Korelasi Produk Momen Pearson. Jika skor  $r_{xy}$  bernilai diatas 0,3 maka butir pernyataan tersebut memiliki nilai valid, sementara jika nilai tersebut berada dibawah 0,3 maka butir tersebut menjadi tidak valid.

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

Selain uji validitas, uji reliabilitas juga perlu dijalankan untuk mengetahui ketepatan hasil pengukuran dari suatu instrumen dan untuk menguji apakah suatu instrumen sudah reliabel atau belum. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Koefisien *Alpha Cronbach*. Jika nilai koefisien *Alpha* yang didapat memiliki nilai lebih rendah dari 0.6, maka suatu instrumen tidak dapat disebut sebagai instrumen yang reliabel,

sebaliknya, jika nilai koefisien *Alpha* memiliki nilai diatas 0.6, maka kuesioner tersebut layak untuk digunakan.

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^n s_i^2}{s_t^2} \right)$$

## **F. Definisi Operasional Variabel**

Penelitian ini memiliki dua buah variabel. Penelitian ini memiliki satu buah variabel independen yang memiliki 6 dimensi dan variabel dependen yang memiliki 1 dimensi.

### **1. Variabel Independen**

Variabel independen merupakan variabel yang bebas dan tidak terikat dengan variabel lain serta memiliki peran dan kemampuan untuk memengaruhi variabel lain di dalam sebuah penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *physical environment* (X). Dimensi yang ada pada variabel ini adalah sebagai berikut:

- Tata letak (*Layout*)
- Desain Interior (*Facility Aesthetics*)
- Kebersihan (*Facility Cleanliness*)
- Suasana (*Atmospherics*)
- Servis produk (*Service Product*)
- Faktor sosial (*Social Factors*)

### **2. Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, dalam hal ini, variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen (Y) yang disusun berdasarkan pada aspek physical environment yang ada untuk melihat apakah ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara lebih lanjut.

**TABEL 4**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
<b>Physical Environment (X):</b>  “Segala macam bentuk materi atau objek yang berada di suatu tempat, dimana lingkungan tersebut memiliki pengaruh tertentu terhadap perilaku orang yang melihat atau merasakannya (Pizam, 2010)”	<i>Layout</i> (Tata letak)	1. Jarak antar meja 2. Peletakan posisi meja 3. Kerapatan antar meja 4. Peletakan furnitur 5. Tempat mengantri 6. Posisi dapur
	<i>Facility Aesthetics / Interior Design</i> (Estetika fasilitas / Desain interior)	7. Desain lantai 8. Kualitas furniture 9. Dekorasi berupa simbol 10. Dekorasi berupa artifak 11. Dekorasi berupa gambar 12. Tanaman hias dan bunga 13. Dekorasi dinding
	<i>Facility Cleanliness</i> (Kebersihan fasilitas)	14. Kebersihan lantai 15. Kebersihan toilet 16. Kebersihan area mengantri 17. Tong sampah 18. Kebersihan umum
	<i>Atmospherics</i> (Suasana)	19. Pilihan warna 20. Pilihan musik 21. Intensitas suara berisik 22. Aroma dan bau 23. Pencahayaan 24. Atmosfer / suasana secara umum 25. Suhu restoran
	<i>Service Product</i> (Produk servis)	26. Flatware 27. Chinaware 28. Glassware 29. Linen
	<i>Social Factors</i> (Faktor sosial)	30. Jumlah karyawan 31. Kerapian karyawan 32. Kemenarikan karyawan 33. Seragam karyawan 34. Responsivitas karyawan

Variabel	Dimensi	Indikator
<p><b>Minat Beli Konsumen (Y):</b>  “minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian (Kotler &amp; Keller, 2009)”</p>	<p>Minat beli konsumen berdasarkan <i>Physical Environment</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengaruh dari tata letak</li> <li>2. Persepsi terhadap tata letak</li> <li>3. Pengaruh dari estetika dan desain interior</li> <li>4. Persepsi terhadap estetika dan desain interior</li> <li>5. Pengaruh dari kebersihan</li> <li>6. Persepsi dari kebersihan</li> <li>7. Pengaruh dari suasana</li> <li>8. Persepsi dari suasana</li> <li>9. Pengaruh dari alat makan</li> <li>10. Persepsi dari alat makan</li> <li>11. Pengaruh dari karyawan</li> <li>12. Persepsi terhadap karyawan</li> </ol>

Sumber: Diadaptasi dari Wakefield & Blodgett (1996); Raajpoot (2002); Ryu & Jang (2007); Namkung & Jang (2008); Berman & Evans (2010) dan Ryu & Han (2010)

### G. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan beberapa analisis data untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibentuk.

#### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu bentuk analisis yang mendeskripsikan suatu hasil yang didapatkan dari data yang sudah diolah secara singkat dan dikumpulkan sebelumnya (Sugiyono, 2017). Analisis deskriptif lebih menekankan mengenai aspek demografi dari objek penelitian untuk menarik beberapa kesimpulan mendasar serta asumsi mendasar sebelum melakukan statistika inferensial dan mendukung hasil dari statistika inferensial.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian uji untuk menguji keabsahan dan validitas dari instrumen ukur (validitas dan reliabilitas) serta model yang akan diuji. Uji validitas dan reliabilitas dijalankan untuk menguji keabsahan dan kehandalan dari instrumen ukur yang digunakan dalam proses akuisisi data.

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk menguji model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk mencari perbedaan variasi dalam sebuah model regresi. Sementara uji linearitas dilakukan untuk menguji apakah hubungan antar kedua variabel bersifat linear atau tidak (Mulyawan, 2017).

## 3. Analisis Regresi Linear Sederhana & Berganda

Analisis regresi linear sederhana adalah suatu model yang digunakan untuk mengetahui pola hubungan antara dua variabel (Mulyawan, 2017). Dalam penelitian ini, tahapan ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *physical environment* secara keseluruhan dengan minat beli konsumen.

Sementara analisis regresi linear berganda adalah suatu model yang digunakan untuk mengetahui pola hubungan antar lebih dari satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Mulyawan, 2017). Dalam penelitian ini, tahapan ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara masing-masing dimensi yang ada dalam *physical environment* dengan minat beli konsumen.

Dalam pelaksanaan analisis regresi linear sederhana dan berganda, beberapa uji lainnya juga dilaksanakan untuk mengetahui nilai determinasi



dalam regresi linear (uji  $R^2$ ), uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji F) dan secara parsial (uji t) sebagai bagian dari analisis regresi linear secara keseluruhan.

#### H. Jadwal Penelitian

Adapun jadwal penelitian yang dilakukan dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

**TABEL 5**  
**JADWAL PENELITIAN**

	Februari	Maret	April	May	Juni	Juli	Agustus
Penyusunan TOR							
Penyusunan UP							
Pelaksanaan Seminar UP							
Perbaiki Hasil UP							
Pengumpulan Data dan Analisis Data							
Penyusunan Skripsi							
Pelaksanaan Sidang							