

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Obyek dan Lokasi

Obyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung di gerai kopi Starbucks Semarang. Sedangkan, lokasi dalam penelitian ini di gerai kopi Starbucks Citraland Mall dan Paragon Mall Semarang.

3.2. Populasi dan Sampel

Menurut Djarwanto dan Subagyo dalam Cahyono (2005), populasi adalah kelompok individu yang mempunyai kesamaan karakteristik, dan karakteristik tersebut yang akan diteliti ke dalam suatu penelitian. Populasi di dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah berkunjung ke gerai kopi Starbucks di Semarang, dan jumlah populasi tidak dapat diketahui karena populasi bersifat tidak tetap.

Menurut Sekaran, (2006) sampel adalah sebagian dari populasi namun tidak semua elemen populasi membentuk sebuah sampel. Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah sebagian orang yang pernah berkunjung ke Starbucks Semarang.

Jumlah responden yang diteliti berjumlah 60 orang, jumlah responden ditentukan melalui pertimbangan sampling kuota yaitu menentukan sampel yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah

kuota yang diinginkan (Sugiyono, 2010: 67). Ciri-ciri tertentu dalam penelitian ini adalah orang-orang yang sudah pernah berkunjung ke gerai Starbucks dua kali atau lebih, karena orang yang berkunjung ke Starbucks dua kali atau lebih maka orang-orang tersebut sudah melakukan pembelian ulang dan memiliki alasan mengapa mereka kembali lagi berkunjung ke Starbucks.

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis dan Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden dan secara khusus jumlah maupun kriteria responden ditentukan oleh peneliti (Sekaran, 2006:61).

3.3.2 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Menurut Sugiyono (2010), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan responden pertanyaan tertulis. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, dimana disediakan beberapa item jawaban dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. *Item-item* terdiri dari jawaban dari skala likert yang mempunyai skor 5 untuk jawaban sangat setuju hingga skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju.

3.4. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat uji yang digunakan untuk menguji valid atau tidaknya suatu instrumen. Jika valid maka instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur sampel yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2010).

Penelitian ini menggunakan program SPSS dalam melakukan uji validitas. Analisa item valid atau tidak penelitian ini menggunakan korelasi *product moment*, dimana setiap item dikorelasikan dengan total nilai seluruh jumlah pertanyaan, dengan syarat apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid.

Dalam penelitian ini, pra survey diberikan kepada 30 responden untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian di gerai Starbucks Semarang, dan diperoleh 44 item seperti yang ditampilkan pada tabel 3.1

Tabel 3.1 item Pra Survey

No	Item	No	Item
1	Bonus (buy 1 get 1)	23	Diskusi tugas
2	Diskon	24	Bercerita bersama teman
3	Pengaruh teman dalam memilih gerai	25	Gerai di dalam mall
4	Pendapatan/uang saku	26	Gaya hidup
5	Kenyamanan tempat	27	Tinggal di semarang
6	Kenyamanan tempat duduk	28	Suasana gerai nyaman
7	AC	29	Kumpul komunitas
8	Musik	30	dekorasi interior menarik
9	Fasilitas merokok	31	Pemandangan konsumen yang menarik
10	Wifi	32	Promo kartu kredit
11	Kebersihan tempat	33	Program poin member
12	Lokasi gerai	34	Bahan baku (racikan) kopi
13	Pelayanan cepat	35	Lokasi dekat rumah
14	Pelayan yang ramah	36	Ada stop kontak
15	Higienitas produk	37	Barista menarik
16	Rasa minuman	38	Pelayan teman sendiri
17	Rasa makanan	39	Botol minum yang unik
18	Variasi minuman yang ditawarkan	40	Tempat nunggu sebelum nonton bioskop
19	Variasi makanan yang ditawarkan	41	Tempat nongkrong
20	Harga makanan	42	Barista ramah
21	Harga minuman	43	Banyak bule
22	Mendapat teman baru	44	Ada member

Sumber: Data Primer (2016)

Item-item tersebut selanjutnya diuji menggunakan *face validity*. Menurut Sekaran (2006), *face validity* adalah uji yang dilakukan untuk menunjukkan bahwa item-item pernyataan memiliki kesan mampu untuk mengungkap konsep penelitian yang hendak diukur. *Face validity* dalam

hal ini bertujuan untuk menggabungkan item-item memiliki makna yang sama menjadi satu item. Proses ini dilakukan dengan berkonsultasi kepada ahli. Dalam penelitian ini ahli yang dimaksud adalah dosen pembimbing yang dianggap memiliki kemampuan untuk membantu proses *face validity*.

Berikut ini adalah item-item yang digabungkan:

1. Item *pra survey* nomor 1 (bonus *buy 1 get 1*), item nomor 2 (diskon), item nomor 32 (promo kartu kredit), item nomor 33 (program poin member), dan item nomor 44 (ada member) digabungkan menjadi satu item yaitu, ada program promosi (diskon, *buy 1 get 1*, kartu kredit, member).
2. Item *pra survey* nomor 3 (pengaruh teman), dan item nomor 38 (pelayan adalah teman sendiri) digabungkan menjadi satu item yaitu, pengaruh teman.
3. Item *pra survey* nomor 5 (kenyamanan tempat), item nomor 6 (kenyamanan tempat duduk), dan item nomor 28 (suasana gerai nyaman) digabungkan menjadi satu item yaitu, kenyamanan tempat duduk.
4. Item *pra survey* nomor 12 (lokasi gerai), item nomor 25 (gerai di dalam mall), item nomor 27 (tinggal di Semarang), dan item nomor 35 (lokasi dekat rumah) digabungkan menjadi satu item yaitu, lokasi gerai.

5. Item *pra survey* nomor 12 (keramahan pelayan), dan item nomor 42 (barista ramah) digabungkan menjadi satu item yaitu keramahan pelayan.
6. Item *pra survey* nomor 14 (rasa minuman), dan item nomor 34 (bahan baku racikan kopi) digabungkan menjadi satu item yaitu, rasa minuman
7. Item *pra survey* nomor 23 (diskusi pekerja/tugas), dan item nomor 24 (bercerita bersama teman) digabungkan menjadi satu item yaitu, tempat bisa digunakan untuk diskusi/ngobrol.
8. Item *pra survey* nomor 31 (pemandangan konsumen ganteng/cantik), dan item nomor 43 (banyak bule) digabungkan menjadi satu item yaitu, bisa “cuci mata”.
9. Item *pra survey* nomor 40 (tempat nunggu sebelum nonton), dan item nomor 41 (tempat nongkrong) digabungkan menjadi satu item yaitu, bisa untuk nongkrong.

Selain item-item di atas tidak ada perubahan, karena masing-masing item memiliki makna yang dinilai berbeda. Proses menggabungkan seperti yang dijelaskan di atas menghasilkan 28 item seperti yang ditampilkan pada tabel 3.2

Tabel 3.2 Item Hasil Uji Face Validity

No	Item	No	Item
1	Ada program promosi (diskon, buy 1 get 1, kartu kredit, member)	15	Rasa makanan
2	Pengaruh teman	16	Variasi minuman yang ditawarkan
3	Pendapatan/ uang saku	17	Variasi makanan yang ditawarkan
4	Kenyamanan tempat duduk	18	Harga minuman
5	AC	19	Harga makanan
6	Musik	20	Kemungkinan mendapat teman baru
7	Ada fasilitas untuk merokok	21	Tempat bisa digunakan untuk diskusi/ ngrobrol
8	Ada fasilitas wifi	22	Sesuai dengan gaya hidup
9	Kebersihan gerai	23	Dekorasi interior yang menarik
10	Lokasi gerai	24	Bisa “cuci mata”
11	Kecepatan pelayanan	25	Ada fasilitas stop kontak
12	Keramahan pelayan	26	Penampilan pelayan yang menarik
13	Higienitas produk	27	Menjual <i>tumblr</i> yang unik
14	Rasa minuman	28	Bisa untuk nongkrong

Sumber: Data Primer (2016)

Setelah terbentuk 28 pernyataan maka hal selanjutnya adalah melakukan survey kepada 60 responden dan dilakukan uji validitas dengan r tabel sebesar 0,254 untuk signifikansi 5%. Hasil uji validitas menggunakan dengan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Ada program promosi (diskon, buy 1 get1, kartu kredit, member)	0,269	0,254	Valid
2	Pengaruh teman	0,288	0,254	Valid
3	Pendapatan/ uang saku	0,476	0,254	Valid
4	Kenyamanan tempat duduk	0,614	0,254	Valid
5	AC	0,667	0,254	Valid
6	Musik	0,603	0,254	Valid
7	Ada fasilitas untuk merokok	0,485	0,254	Valid
8	Ada fasilitas wifi	0,485	0,254	Valid
9	Kebersihan gerai	0,406	0,254	Valid
10	Lokasi gerai	0,422	0,254	Valid
11	Kecepatan pelayanan	0,624	0,254	Valid
12	Keramahan pelayan	0,624	0,254	Valid
13	Higienitas produk	0,595	0,254	Valid
14	Rasa minuman	0,594	0,254	Valid
15	Rasa makanan	0,522	0,254	Valid
16	Variasi minuman yang ditawarkan	0,583	0,254	Valid
17	Variasi makanan yang ditawarkan	0,461	0,254	Valid
18	Harga minuman	0,389	0,254	Valid
19	Harga makanan	0,373	0,254	Valid
20	Kemungkinan mendapat teman baru	0,227	0,254	Tidak valid
21	Tempat bisa digunakan untuk diskusi/ ngrobrol	0,402	0,254	Valid
22	Sesuai dengan gaya hidup	0,199	0,254	Tidak valid
23	Dekorasi interior yang menarik	0,539	0,254	Valid
24	Bisa “cuci mata”	0,116	0,254	Tidak valid
25	Ada fasilitas stop kontak	0,281	0,254	Valid
26	Penampilan pelayan yang menarik	0,339	0,254	Valid
27	Menjual <i>tumbler</i> yang unik	0,375	0,254	Valid
28	Bisa untuk nongkrong	0,429	0,254	Valid

Sumber: Data Primer (2016)

Dari hasil uji validitas di atas terdapat tiga item yang tidak valid sehingga tiga pernyataan tersebut dihilangkan, dan total item pernyataan yang valid adalah 25 item. Ke-25 item ini yang akan di uji menggunakan analisis faktor.

3.5. Uji Reliabilitas

Nazir (2013), menjelaskan bahwa reliabilitas adalah alat ukur untuk menentukan apakah alat ukur yang digunakan akurat, stabil atau konsisten. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien Alfa Cronbach. Apabila hasil koefisien Alfa Cronbach lebih dari 0,6 dan mendekati 1 maka kuesioner tersebut dapat dinyatakan reliable atau konsisten.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah menguji 25 item pernyataan yang valid. Hasil dari uji reliabilitas di jelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.4 Hasil Pengujian Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	25

Dari hasil uji reliabilitas Alfa Cronbach menunjukkan nilai 0,860 dan lebih besar dari pada 0,6 sehingga item pernyataan yang di uji reliabel atau konsisten.

3.6. Teknik Analisis

Teknik analisis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik analisis faktor, Analisis ini adalah mereduksi atau meringkas variabel menjadi lebih sedikit (Supranto, 2004). Analisis faktor ini digunakan untuk menentukan faktor yang benar-benar berpengaruh. Dalam penelitian ada beberapa langkah dalam melakukan analisis faktor, yaitu (Suliyanto, 2005):

1. Menentukan variabel-variabel yang akan diuji menggunakan analisis faktor
2. Menghitung korelasi faktor. Dalam menghitung korelasi faktor menggunakan uji KMO (*Kaiser-Meyer Olkin*) dan *Bartlett's Test*. Uji KMO (*Kaiser-Meyer Olkin*) digunakan untuk melihat kecukupan sampling (Suliyanto, 2005). Uji KMO (*Kaiser-Meyer Olkin*) dan *Bartlett's Test* dikatakan layak untuk di proses ke tahap selanjutnya apabila nilai KMO (*Kaiser-Meyer Olkin*) $\geq 0,5$ dan signifikansi dibawah 0,05.
3. Penentuan jumlah faktor. Penentuan jumlah faktor dapat dilihat pada tabel *total variance explained*. Pada tabel *total variance explained* akan terlihat faktor yang terbentuk dengan nilai *eigenvalues* sama dengan atau lebih dari satu.
4. Rotasi faktor. Ekstraksi faktor menunjukkan hubungan antar faktor dan variabel, tetapi dalam faktor tersebut banyak

variabel yang berkorelasi sehingga sulit untuk diinterpretasikan. Namun, proses rotasi faktor matriks dapat menunjukkan hubungan faktor dan variabel secara lebih jelas sehingga mudah untuk diinterpretasikan.

5. Interpretasi faktor. Tahap ini adalah seleksi variabel-variabel yang memiliki nilai *loading* kurang dari 0,4 agar dihilangkan (tidak mengikuti tahap selanjutnya). Tahap selanjutnya setelah seleksi variabel adalah mencari variabel-variabel dengan nilai *loading* tertinggi untuk dimasukkan ke dalam setiap faktor yang terbentuk. Dalam penamaan faktor yang terbentuk, apabila sulit untuk menentukan penamaan faktor, maka penamaan faktor dapat menggunakan salah satu variabel dalam faktor yang memiliki nilai *loading* tertinggi.
6. Penentuan faktor yang dominan dalam penelitian ini dapat ditentukan dengan melihat perentase *variance* tertinggi dari faktor-faktor yang terbentuk.