

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan jenis penelitian yang dilakukan dengan cara peneliti secara langsung melakukan pengamatan ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data-data yang relevan dengan penelitian. Sehingga, peneliti turun langsung kelapangan untuk mendapatkan data dari para pelanggan di Kedai Kopi 1815 jalan Mahat Kasan Gatoto Subroto Banjarmasin.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020, hal. 16).

Sifat penelitian ini adalah deskriptif, yaitu bertujuan untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai aturan sosial atau mengeksplorasi serta klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial dengan cara mendeskripsikan variabel yang diteliti.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berada di Kedai kopi 1815 yang terletak di jalan Mahat Kasan No. 159, Gatot Subroto, Kelurahan Kuripan, Kecamatan Banjarmasin Timur. Alasan memilih lokasi tersebut didasarkan dengan letak kedai yang berada di lingkungan kampus dan lingkungan kos. Sehingga tempat ini cukup strategis untuk diteliti dan fenomena serta kenyataan sosial bagi konsumen yang menjadi hal menarik untuk peneliti untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Arikunto (2016, hal. 26), memaparkan bahwasanya subjek penelitian adalah diberikannya sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian. Adapun Subjeknya adalah para pelanggan kopi 1815 Banjarmasin.

Menurut Sugiyono (2017), objek penelitian yakni atribut objeknya, orang atau fenomena dengan variasi-variasi khusus yang telah ditetapkan guna dipelajari dan diambil kesimpulannya oleh peneliti. Objek dalam penelitian ini adalah *Experiential marketing* dalam Kepuasan Konsumen di Kopi 1815 Banjarmasin.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Data Kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka dan dapat dihitung. Pada penelitian ini yang merupakan data kuantitatif adalah data hasil

jawaban kuesioner responden mengenai *Experiential marketing* dan kepuasan konsumen.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari pengisian kuesioner (Abdullah, 2015, hal. 246). Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah pengunjung atau pelanggan yang membeli produk di kedai Kopi 1815 Banjarmasin.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain, data primer disajikan dalam bentuk tabel dan diagram (Abdullah, 2015, hal. 247).

Data sekunder merupakan data yang telah diolah dan diperoleh dari berbagai referensi yang relevan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini yang menjadi data sekunder diantaranya meliputi buku-buku, internet, karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini dan berupa sejarah berdirinya kedai kopi 1815 Banjarmasin serta operasional kerja Kedai kopi 1815 Banjarmasin.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden atau pihak yang terlibat secara langsung yaitu pelanggan di kedai Kopi 1815 Jalan Mahat Kasan Gatot Subroto Banjarmasin.

E. Populasi dan Sampel penelitian

1. Populasi

Populasi pada penelitian ini ialah pelanggan yang berkunjung serta membeli produk di kedai kopi 1815 Banjarmasin. Untuk jumlah pelanggan atau pengunjung yang berada di kedai kopi 1815 Banjarmasin yaitu tidak dapat diidentifikasi sehingga dapat dikatakan dalam kategori tak terbatas.

2. Sampel

Kriteria pengambilan sampel ini yaitu menetapkan teori Sampling Insidental. Menurut (Sugiyono, 2016, hal. 124). Sampling Insidental merupakan suatu strategi pengambilan sampel dalam bentuk unsur ketidaksengajaan, yaitu siapa saja pelanggan yang berada pada objek atau tempat ketika bertemu dengan peneliti secara kebetulan maka bisa dipakai sebagai sampel dengan syarat apabila pelanggan yang kebetulan ditemui itu cocok atau sesuai sebagai sumber informasi.

Pada sampel yang akan diterapkan oleh peneliti ialah menggunakan rumus *Lemeshow*, hal ini berkaitan dengan jumlah populasi tidak dapat diidentifikasi atau tidak terbatas pada objek penelitian. Berikut rumus *Lemeshow* yaitu :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Skor z terhadap kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Maka dapat disimpulkan bahwa sampel yang diambil adalah 100 orang pelanggan di Kedai kopi 1815 jalan Mahat Kasan Gatoto Subroto Banjarmasin.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dengan media berupa *geogle form* adalah merupakan teknik pengumpulan data yang diberikan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berbentuk pertanyaan atau pernyataan yang tertutup ataupun terbuka, yang diberikan kepada responden secara langsung maupun dikirim melalui internet (Sugiyono, 2020, hal. 199-200).

Pada penelitian ini kuesioner akan dibagikan kepada pelanggan Kedai Kopi 1815 Jalan Mahat Kasan Gatot Subroto Banjarmasin dengan tujuan agar mendapatkan data dan jawaban dari responden terkait dengan variabel penelitian. Adapun pengumpulan datanya yakni melalui kuesioner yang disebar pada responden.

G. Teknik Pengolahan Data

Sebelum tahap analisis data, data harus diolah terlebih dahulu. Karena penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, maka teknik pengolahan data adalah sebagai berikut (Helmi,2024, hal. 50) :

1. Editing

Editing adalah teknik pengolahan data dengan memeriksa hasil pengumpulan data dan apabila terjadi kesalahan maka data akan segera diperbaiki. Pada penelitian ini editing berguna untuk memeriksa kelengkapan hasil jawaban kuesioner yang telah dikembalikan oleh responden.

2. Coding

Coding pada penelitian ini merupakan tahap pengelompokan jawaban kuesioner setelah kuesioner tersebut diberikan tanda berupa angka.

3. Tabulating

Tabulating merupakan tahapan memasukan data ke dalam tabel-tabel penelitian. Tabulating dalam penelitian ini adalah tahapan entry data hasil jawaban kuesioner ke program excel dan selanjutnya akan dianalisis menggunakan program SPSS 24.

H. Skala Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan desain pengukuran menggunakan dengan Skala *likert*. Skala *likert* adalah Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau

keadaan sosial, dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item pertanyaan. Satu indikator cukup diwakili dengan satu pertanyaan dan jawaban setiap pernyataan yang menggunakan Skala *likert* yang mempunyai tingkatan dari sangat positif sampai sangat negative. Tingkatan tersebut sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Pemberian Skor Skala Likert

No	Kategori Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sarjono dan Julianti 2011, hal. 4)

I. Variabel dan Instumen Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019, hal. 39). Variabelnya yaitu bebas dan terikat.

Menurut Sugiyono (2019, hal. 39) variabel bebas atau disebut juga sebagai variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang

menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah experiential marketing.

Menurut Sugiyono (2019, hal. 39) variabel terikat atau disebut juga sebagai variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen (Y). Adapun kisi-kisi instrument penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 2

Indikator Penelitian

Variabel	Menurut	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Experiential marketing</i> (X)	Schmitt, (1999) Yusran, (2023)	1. <i>Sense</i> 2. <i>Feel</i> 3. <i>Think</i> 4. <i>Act</i> 5. <i>Relate</i>	Skala <i>Likert</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	Azizah, (2012) Yusran, (2023)	1. <i>Happiness</i> 2. <i>Right Choice</i> 3. <i>Conformity of Expectation</i>	Skala <i>Likert</i>

Sumber: (Yusran, 2023, hal. 43)

J. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah bagian yang penting dalam penelitian metode ilmiah. Analisis data ini memiliki tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Teknik analisis regresi yang dipilih dalam penelitian ini adalah regresi sederhana karena dapat menyimpulkan secara langsung mengenai satu variabel dependen (Y) dan satu variabel independen (X) Adapun tahapan yang diperlukan, diantaranya:

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu data. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan item-item dalam suatu daftar pernyataan atau pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas lebih baik dilakukan pada setiap pertanyaan yang ada.

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasi skor pada skor item dengan skor total itemnya. Skor item dianggap sebagai nilai X, sedangkan untuk skor total dianggap nilai Y (Sujarweni, 2014, hal. 56). Apabila sudah, maka pernyataan- pernyataan tersebut sudah dapat diukur faktornya. Pengolahan data akan menggunakan SPSS 24 for Windows.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran yang bertujuan untuk menunjukkan konsistensi alat ukur terhadap hasil pengukuran apabila dilakukan dua kali atau lebih dengan pengukuran yang memiliki gejala yang sama. Uji reliabilitas adalah uji lanjutan dari uji validitas, yang mana hanya item yang

valid saja. Penelitian ini menggunakan teknik *Cronch Alpha*. Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersamaan pada seluruh butir. Apabila $\alpha > 0,60$, maka reliable (Sujarweni, 2014, hal. 56). Data akan dievaluasi menggunakan SPSS 24 for Windows.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada penyimpangan dalam data tersebut atau tidak. Adapun tahapan yang harus dilakukan dan dipenuhi oleh variabel yang digunakan, diantaranya:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residu terdistribusi normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik apabila memiliki nilai residu yang terdistribusi secara normal, sehingga uji normalitas dilakukan pada nilai residunya bukan pada masing-masing variabel. (Purnomo, 2016, hal. 20)

Hasil uji normalitas seharusnya terdistribusi normal, karena untuk melakukan uji t diasumsikan bahwa nilai residu mengikuti distribusi normal. (Riyanto & Hatmawan, 2020, hal. 39).

Dalam penelitian ini, menggunakan uji statistic yaitu uji *Kolmogorof Smirnov* pada proses penelitian. Uji *kolmogorof smirnov* dilakukan dengan membandingkan distribusi data dengan distribusi normal baku. Dengan dasar pengambilan keputusan yang akan diolah, yaitu:

- 1) Apabila hasil signifikansi (\geq) dari 0,1 maka data berdistribusi normal
- 2) Apabila hasil signifikansi (\leq) dari 0,1 maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat dua atau lebih variabel bebas yang berkorelasi secara linier. Apabila terjadi keadaan multikolinearitas maka kita akan sulit untuk membedakan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Untuk mendeteksi adanya gejala multikolinearitas dalam model penelitian dapat dilihat dari nilai toleransi (*tolerance value*) atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Dengan ketentuan:

- 1) Apabila nilai $\text{tolerance} > 0,10$ dan nilai $\text{VIF} < 10$ maka tidak terjadi gejala multikolinearitas
- 2) Apabila nilai $\text{tolerance} < 0,10$ dan nilai $\text{VIF} > 10$ maka terjadi gejala multikolinearitas

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

- 1) Angka D-W (Durbin Watson) di bawah -2 sampai +2 berarti ada autokorelasi positif.

- 2) Angka D-W (Durbin Watson) di bawah -2 sampai +2 berarti tak ada autokorelasi.
- 3) Angka D-W (Durbin Watson) di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dalam menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan membuat kesimpulan menerima atau menolak pernyataan tersebut. Pengujian hipotesis dilakukan untuk membantu dalam pengambilan kesimpulan tepat dalam suatu hipotesis yang diajukan (Arifin, 2017, hal.17). Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan regresi linear sederhana, adapun pengolahan data dengan analisis kuantitatif dengan melalui program *Statistical Package for Sosial Science for Windows Versi 24*, alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan. Persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

Y= Variabel dependen, ialah kepuasan Konsumen

X= Variabel independen, ialah *Experiential marketing*

a = Konstanta

b= Koefisien regresi parsial

e= Kesalahan

b. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar persentase hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat, sebagai berikut:

- 1) Jika R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat atau variabel bebas yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variabel terikat.
- 2) Jika R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel terikat. (Priyatno, 2011, hal. 50)

Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

c. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T) digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk hasil uji t ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi linear pada *output coefficients*. Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,1 ($\alpha=10\%$). (Priyatno, 2011, hal. 52).

Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, sebagai berikut:

- 1) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, atau nilai signifikansi $< 0,1$ (10%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen memberikan pengaruh kepada variabel dependen.
- 2) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, atau nilai signifikansi $> 0,1$ (10%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen memberikan pengaruh kepada variabel dependen. (Priyatno, 2011, hal. 52)

Rumus uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai t

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

K. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian merupakan langkah untuk memperoleh data guna diproses menjadi informasi yang lebih akurat dan sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian agar hasil yang dicapai tidak menyimpang dari tujuan yang akan dicapai. Terdapat langkah-langkah penelitian yaitu pembuatan rancangan penelitian, pelaksanaan penelitian dan laporan penelitian (Arikunto, 2006, hal.22). Berikut tahapan penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Tahap Pendahuluan

Pada tahap ini peneliti melakukan studi lapangan dan informasi terkait dengan permasalahan dan fenomena yang terjadi di kedai kopi 1815 Banjarmasin. selanjutnya peneliti merancang metodologi penelitian sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Peneliti melakukan pada tanggal 20 Februari 2024.

2. Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini peneliti menyebarkan kuesioner kepada pembeli untuk mendapatkan jawaban responden mengenai pengaruh *Experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen di kedai kopi 1815 Jalan Mahat Kasan Gatot Subroto Banjarmasin. Pengumpulan data dilakukan selama kurang lebih dua minggu dimulai dari tanggal 7 Mei 2024.

3. Tahap Analisis Data

Analisis data adalah bagian yang penting dalam penelitian metode ilmiah. Analisis data ini memiliki tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Teknik analisis regresi yang dipilih dalam penelitian ini adalah regresi sederhana karena dapat menyimpulkan secara langsung mengenai satu variabel dependen (Y) dan satu variabel independen (X). Tahap ini dilakukan pada tanggal 14 Mei sampai dengan 6 Juni 2024.

4. Tahap Laporan Akhir

Setelah ketiga tahap telah dilakukan maka tahap terakhir yaitu menyusun laporan hasil penelitian. Pada tahap ini peneliti menggunakan perhitungan statistic untuk menghitung hasil kuesioner. Setelah itu barulah dapat diperoleh kesimpulan dari penelitian ini. Tahap ini selesai pada tanggal 30 September 2024.