

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sebagaimana dijelaskan oleh (Paramita *et al.*, 2021:5), pendekatan kuantitatif berakar pada paradigma positivisme yang memandang bahwa gejala-gejala dalam suatu penelitian dapat dikelompokkan, bersifat stabil, terdefinisi dengan jelas, dapat diamati secara langsung, serta diukur dengan cermat. Hubungan antar gejala tersebut dipahami sebagai hubungan kausal. Metode ini memanfaatkan angka dan data statistik untuk memformulasikan dan menguji hipotesis, serta untuk mengkaji keterkaitan antar variabel dalam konteks permasalahan yang dirumuskan.

Penelitian ini tentang pengaruh *customer experience*, gaya hidup dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Waroeng GTA Karangsari Lumajang. Untuk mengkaji pengaruh dari variabel bebas yang mencakup pengalaman pelanggan (X1), gaya hidup (X2), serta mutu pelayanan (X3) terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian (Y), penelitian ini memanfaatkan pendekatan regresi linier berganda. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat melaksanakan pengujian hipotesis guna mengetahui keberadaan pengaruh masing-masing variabel secara terpisah (parsial), sekaligus menilai kelayakan model secara keseluruhan dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel tersebut.

3.2 Objek Penelitian

Fokus utama dalam suatu penelitian dikenal sebagai objek penelitian, yakni segala hal yang menjadi pusat perhatian ilmiah, baik berupa sifat, nilai, perilaku, aktivitas, maupun fenomena tertentu yang dinilai penting untuk dikaji. Objek ini ditetapkan secara sadar oleh peneliti sebagai landasan dalam menjaring data, mengolah informasi, serta menyusun simpulan. Dalam konteks studi ini, yang dijadikan objek adalah Waroeng GTA Karangsari Lumajang, dengan menyoroti tiga variabel bebas yakni *customer experience* (X1), gaya hidup (X2), serta kualitas pelayanan (X3), yang kemudian dikaji pengaruhnya terhadap variabel terikat berupa keputusan pembelian (Y). Penelitian ini secara khusus diarahkan kepada para pelanggan yang melakukan pemesanan di Waroeng GTA Karangsari Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

a) Data primer

Menurut (Paramita & Rizal, 2018:72) data primer merupakan informasi asli yang dihimpun langsung melalui aktivitas survei dengan berbagai metode pengumpulan data. Dalam konteks penelitian ini, peneliti secara sengaja memperoleh data primer yang dirancang khusus untuk menjawab persoalan riset. Informasi tersebut bersumber dari tanggapan para pengunjung Waroeng GTA Karangsari Lumajang yang telah mengisi kuesioner yang disediakan.

b) Data Sekunder

Menurut (Paramita & Rizal, 2018:72) data sekunder merupakan informasi yang sebelumnya telah dihimpun oleh suatu lembaga atau pihak tertentu, dan kemudian tersedia untuk diakses serta dimanfaatkan oleh khalayak luas. Karena data ini bukan hasil pengumpulan langsung oleh peneliti, maka keberadaannya tidak secara langsung membentuk proses pengambilan data dalam studi yang sedang dijalankan. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui berbagai referensi seperti jurnal ilmiah, buku bacaan, serta informasi digital yang relevan dengan topik penelitian.

3.3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data terbagi menjadi data internal dan eksternal. Data internal merujuk pada himpunan informasi yang berasal dari dalam tubuh perusahaan itu sendiri, yang mencerminkan kondisi organisasi baik secara keseluruhan maupun per unit. Jenis data ini meliputi catatan finansial, laporan penjualan, rincian produksi, status inventaris, informasi mengenai tenaga kerja, aktivitas operasional, serta data lain yang tersusun melalui mekanisme internal perusahaan. Informasi internal berasal langsung dari pihak Waroeng GTA Karangsari

Lumajang sebagai unit yang dijadikan fokus dalam penelitian ini. Sementara itu, informasi eksternal dihimpun dari sumber di luar lingkup internal usaha tersebut, yakni dari para konsumen atau pelanggan yang pernah berinteraksi dengan Waroeng GTA Karangsari Lumajang, namun tidak termasuk dalam struktur internal kafe tersebut.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Ferdinand, (2008) dalam (Paramita & Rizal, 2018:59)), populasi diartikan sebagai totalitas individu atau entitas yang memiliki keterkaitan dengan suatu fenomena tertentu, serta menunjukkan kecenderungan perilaku yang menjadi fokus perhatian peneliti. Dalam konteks penelitian ini, yang dimaksud dengan populasi adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan transaksi pembelian di Waroeng GTA Karangsari, Kabupaten Lumajang.

3.4.2 Sampel & Teknik Sampling

Menurut Ferdinand, (2008) dalam (Paramita & Rizal, 2018:60) sampel adalah bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa elemen populasi. Penggunaan sub-set ini diperlukan karena tidak mungkin menghilangkan seluruh populasi akibat jumlah kasus yang sangat banyak.

Seorang peneliti bisa mengambil sebagian kecil data dari keseluruhan populasi sebagai wakilnya, terutama jika melakukan pemeriksaan menyeluruh terhadap seluruh populasi terasa tidak realistik karena terbatasnya anggaran, jumlah personel, maupun alokasi waktu yang tersedia.

Sebagaimana dijelaskan oleh (Sugiyono, 2018:238), *accidental sampling* merupakan teknik penentuan responden yang bersifat insidental, yaitu siapa pun yang secara tak sengaja ditemui peneliti dan memenuhi kriteria sebagai sumber informasi, dapat dijadikan sebagai sampel. Teknik ini dipilih karena jumlah populasi yang menjadi sasaran tidak dapat diidentifikasi secara pasti. Oleh karena itu, penggunaan metode *accidental sampling* diharapkan mampu menyaring

responden yang relevan dengan kebutuhan riset. Sementara itu, untuk menentukan jumlah sampel, penelitian ini merujuk pada rumus Roscoe, yang menyatakan bahwa apabila analisis melibatkan teknik multivariat seperti korelasi atau regresi berganda, maka jumlah sampel idealnya minimal sepuluh kali lipat dari jumlah variabel yang dikaji.

Menurut (Sugiyono, 2016) rumus Roscoe memberikan beberapa ketentuan mengenai jumlah sampel yang layak dalam suatu penelitian, antara lain:

- a. Jumlah responden yang dianggap memadai untuk mendukung validitas penelitian berkisar antara 30 hingga 500 orang.
- b. Jika sampel diklasifikasikan ke dalam kelompok tertentu—misalnya berdasarkan jenis kelamin atau status pekerjaan seperti pegawai negeri dan swasta—maka masing-masing kelompok setidaknya harus memiliki 30 responden untuk menjaga kesahihan data.
- c. Dalam konteks analisis multivariat, jumlah sampel yang digunakan sebaiknya minimal sepuluh kali jumlah variabel yang terlibat dalam analisis. Ketentuan ini dimaksudkan agar data yang dikumpulkan memiliki kekuatan representatif yang cukup. Sebagai ilustrasi, bila penelitian melibatkan empat variabel (tiga sebagai variabel bebas dan satu sebagai variabel terikat), maka jumlah minimum sampel yang dianjurkan adalah 10 dikali 4, yakni 40 responden.
- d. Pada penelitian eksperimen sederhana yang menyertakan kelompok perlakuan dan kelompok pembanding, jumlah partisipan yang dibutuhkan untuk masing-masing kelompok umumnya berada dalam rentang 10 sampai 20 orang.

$$R = n \times <10$$

Rumus Roscoe :

Keterangan :

n = Variabel

<10 = dikalikan paling kecil 10

Berdasarkan uraian tersebut, maka penentuan sampel dalam penelitian ini diarahkan pada jumlah variabel yang terlibat dalam kajian. Adapun variabel bebas yang dimaksud meliputi tiga unsur, yaitu *customer experience* (X1), gaya hidup (X2), dan kualitas pelayanan (X3), sementara variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y). Dengan demikian, perhitungan sampel dilakukan dengan mengacu pada komposisi variabel sebagaimana dijelaskan di atas.

$$R = 4 \times 20 = 80$$

Hasil perhitungan sampel diperoleh sampel sebanyak 80 responden

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

a) Variabel Independen

Berdasarkan pendapat (Paramita *et al.*, 2021:37) variabel independen dapat dipahami sebagai komponen yang berperan sebagai pemicu atau sumber pengaruh terhadap variabel dependen, baik melalui jalur pengaruh yang tampak langsung maupun yang tersembunyi, serta dapat menghasilkan dampak yang bersifat menguntungkan maupun merugikan. Variabel ini kerap disebut sebagai variabel bebas, eksogen, atau prediktor karena perannya yang mengarahkan arah penyelesaian suatu persoalan penelitian. Dengan kata lain, variabel independen

merepresentasikan gejala-gejala yang dijadikan dasar untuk menjelaskan ataupun menilai perubahan yang terjadi pada variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, *customer experience* (X1), gaya hidup (X2), dan kualitas pelayanan (X3) ditetapkan sebagai variabel bebas yang dianalisis pengaruhnya.

b) Variabel Dependen

Menurut (Paramita *et al.*, 2021:37) variabel dependen yang juga dikenal sebagai variabel terikat, endogen, atau akibat merupakan titik sentral dari suatu penyelidikan ilmiah. Variabel ini menggambarkan pokok persoalan yang hendak diurai atau sasaran akhir yang ingin dicapai oleh peneliti. Jumlah variabel dependen dalam sebuah studi bisa satu atau lebih, tergantung pada cakupan dan arah tujuan penelitian. Dalam kajian ini, elemen yang dijadikan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual bertujuan untuk menjelaskan makna suatu variabel berdasarkan teori dan definisi yang diajukan oleh para ahli. Tujuannya adalah untuk menciptakan kesamaan pemahaman antara peneliti dan pembaca mengenai variabel tersebut. Berikut adalah definisi konseptual masing-masing variabel.

- a. *Customer experience* merupakan pengalaman dan perasaan yang dirasakan pelanggan sepanjang seluruh interaksi mereka dengan sebuah perusahaan atau merek, dari awal hingga akhir perjalanan mereka. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti tingkat pelayanan, kualitas produk, kemudahan dalam proses, serta emosi yang muncul selama setiap interaksi.

- b. Gaya hidup merupakan cerminan pola perilaku, kebiasaan, dan pilihan seseorang dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Ia mencerminkan nilai-nilai, minat, dan kepribadian individu. Dengan kata lain, gaya hidup mencakup berbagai aspek seperti cara seseorang bekerja, berbelanja, bersosialisasi, serta menghabiskan waktu luang.
- c. Kualitas pelayanan merujuk pada tingkat keunggulan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan, dengan tujuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka. Aspek-aspek yang termasuk dalam kualitas pelayanan ini mencakup kecepatan, keandalan, keramahan, serta kenyamanan dalam proses penyampaian layanan.
- d. Keputusan pembelian adalah suatu proses di mana konsumen menentukan pilihan untuk membeli produk atau jasa, berdasarkan pada kebutuhan, preferensi, dan penilaian terhadap berbagai alternatif yang ada.

3.5.3 Definisi Operasional

Menurut (Paramita et al., 2021:41) definisi konseptual memiliki peran untuk mengurai secara mendalam arti dari suatu variabel dengan berpijak pada pemikiran serta rumusan teori yang telah dikemukakan oleh para ahli terdahulu.. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk membangun persepsi yang selaras antara peneliti dan pembaca, sehingga keduanya dapat menafsirkan variabel yang dikaji secara proporsional dan saling menghormati. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, tiap variabel akan diuraikan sebagai berikut:

a. *Customer experience*

Customer experience merupakan pengalaman dan perasaan yang dirasakan pelanggan sepanjang seluruh interaksi mereka dengan sebuah perusahaan atau merek, dari awal hingga akhir perjalanan mereka. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti tingkat pelayanan, kualitas produk, kemudahan dalam proses, serta emosi yang muncul selama setiap interaksi.

Menurut (Schmitt, Brend, 2003) ada 5 dimensi *customer experience*, yaitu:

- 1) *Sense*. Menciptakan pengalaman yang berhubungan dengan perasaan melalui tinjauan dengan menyentuh, merasakan, dan mencium dengan kata lain yang berhubungan dengan panca indera, yang meliputi tentang gaya, tema dan warna.
- 2) *Feel*. Merupakan perasaan emosi yang muncul dari dalam hati secara positif dan perasaan gembira yang terjadi pada saat mengkonsumsi.
- 3) *Think*. Merupakan pemikiran kreatif yang muncul di benak konsumen akan suatu merek atau perusahaan. Konsumen diajak untuk terlibat dalam pemikiran kreatif.
- 4) *Act Experience*. Dirancang untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang berhubungan dengan gerakan badan atau dengan kata lain gerakan atau interaksi yang muncul
- 5) *Relate*. Merupakan upaya untuk menghubungkan dirinya dengan orang lain, dirinya dengan merek atau perusahaan, dan budaya.

Berdasarkan indikator mengenai *customer experience* di atas Dengan demikian, instrumen kuesioner dapat dirancang menggunakan kuesioner yang disesuaikan dalam bentuk skala pengukuran sebagaimana berikut.:

- 1) Suasana di Waroeng GTA Karangsari Lumajang menyenangkan dan nyaman untuk dilihat.
- 2) Waroeng GTA Karangsari Lumajang memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi saya.
- 3) Waroeng GTA Karangsari Lumajang menawarkan pilihan menu yang menarik dan beragam.
- 4) Pengalaman yang dirasakan di Waroeng GTA Karangsari Lumajang membuat saya ingin kembali.
- 5) Waroeng GTA Karangsari Lumajang peduli terhadap kebutuhan dan keinginan pembelinya.

b. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan cerminan pola perilaku, kebiasaan, dan pilihan seseorang dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Ia mencerminkan nilai-nilai, minat, dan kepribadian individu. Dengan kata lain, gaya hidup mencakup berbagai aspek seperti cara seseorang bekerja, berbelanja, bersosialisasi, serta menghabiskan waktu luang.

Indikator gaya hidup, menurut (Priansa, 2017:189), dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Aktivitas (*Activity*). Berkaitan dengan tindakan yang diambil konsumen, produk yang mereka beli atau gunakan, serta berbagai kegiatan yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang..

- 2) Ketertarikan (*Interest*). Mencerminkan kesukaan, hobi, dan prioritas dalam kehidupan konsumen. Ini mencakup objek, peristiwa, atau topik tertentu yang menarik perhatian mereka secara khusus dan berkelanjutan.
- 3) Pendapat (*Opinion*). Merupakan cerminan pandangan dan perasaan konsumen terhadap isu-isu tertentu.

Berdasarkan indikator mengenai gaya hidup di atas maka dapat disusun kuisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut :

- 1) Saya sering mengunjungi Waroeng GTA Karangsari Lumajang sebagai bagian dari kegiatan mengisi waktu luang
- 2) Saya cenderung tertarik untuk mengunjungi tempat yang sedang viral atau populer.
- 3) Saya lebih memilih Waroeng GTA Karamgsari karena memiliki suasana yang asri.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merujuk pada tingkat keunggulan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan, dengan tujuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka. Aspek-aspek yang termasuk dalam kualitas pelayanan ini mencakup kecepatan, keandalan, keramahan, serta kenyamanan dalam proses penyampaian layanan.

Menurut (Tjiptono, 2017) indikator kualitas pelayanan yang dikenal dengan SERVQUAL terdiri dari lima komponen utama, yakni:

- 1) *Tangibles* (Bukti Fisik). Dimensi ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada dunia luar. Penampilan serta kualitas

sarana dan prasarana fisik, termasuk fasilitas seperti gedung, gudang, dan peralatan.

- 2) *Reliability* (Keandalan). Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan, dengan akurasi dan kepercayaan yang tinggi.
- 3) *Responsiveness* (Ketanggapan). Dimensi ini mencerminkan kesediaan perusahaan untuk memberikan bantuan serta pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.
- 4) *Assurance* (Jaminan dan Kepastian). Dimensi ini mencakup pengetahuan, kesopanan, dan keterampilan karyawan dalam membangun kepercayaan pelanggan.
- 5) *Empathy* (Empati). Dimensi ini menekankan pentingnya perhatian yang tulus dan pendekatan yang bersifat individual dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Berdasarkan indikator mengenai kualitas pelayanan di atas maka dapat disusun kuisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut :

- 1) Waroeng GTA Karangsari Lumajang memiliki fasilitas yang bersih dan nyaman.
- 2) Pelayanan di Waroeng GTA Karangsari Lumajang selalu tepat waktu dan sesuai dengan harapan saya.
- 3) Ketika ada masalah atau keluhan, Waroeng GTA Karangsari Lumajang dengan cepat memberikan solusi yang memuaskan.

- 4) Waroeng GTA Karangsari Lumajang memberikan informasi yang jelas mengenai menu dan layanan yang tersedia.
- 5) Waroeng GTA Karangsari Lumajang memberikan pelayanan dengan sikap yang ramah dan penuh perhatian

d. Keputusan Pembelian

Menurut (Tjiptono, 2016) Keputusan pembelian adalah tahap penting di mana konsumen menentukan untuk membeli dan menggunakan suatu barang demi memenuhi kebutuhannya. Pada proses ini, konsumen harus menilai berbagai produk yang tersedia sebelum membuat keputusan akhir. Menurut (Kotler & G Armstrong, 2012), keputusan pembelian merupakan langkah awal yang diambil oleh konsumen untuk memilih produk di antara banyak pilihan yang ada.

- 1) Pengenalan Kebutuhan. Proses pembelian sering kali dimulai ketika pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang perlu dipenuhi.
- 2) Pencarian Informasi. Proses pencarian ini mencakup usaha untuk mengakses pengetahuan yang sudah ada di dalam ingatan serta menggali informasi baru dari lingkungan sekitar.
- 3) Evaluasi Alternatif. Pada tahap ini, konsumen membandingkan dan menilai berbagai pilihan yang ada. Pilihan yang dinilai paling sesuai dengan kebutuhan akan diutamakan untuk memenuhi keinginan mereka.
- 4) Pengambilan Keputusan. konsumen akhirnya memutuskan apakah akan membeli atau tidak. Keputusan ini merupakan langkah nyata dalam proses pembelian

5) Evaluasi Pasca Pembelian. Jika produk yang dibeli tidak memenuhi harapan, konsumen cenderung mengubah sikapnya terhadap merek tersebut menjadi negatif, yang mungkin mengarah pada penolakan produk di masa depan. Sebaliknya, jika konsumen merasa puas dengan produk yang dibelinya, maka keinginan untuk melakukan pembelian ulang akan semakin menguat.

Berdasarkan indikator mengenai keputusan pembelian di atas maka dapat disusun kuisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut :

- 1) Ketika membutuhkan tempat makan yang dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan, Waroeng GTA Karangsari Lumajang bisa menjadi pilihan saya.
- 2) Saya mencari ulasan, rekomendasi dari teman atau ulasan dari internet tentang Waroeng GTA Karangsari Lumajang sebelum berkunjung
- 3) Saya mengevaluasi berbagai macam cafe lalu membandingkan dengan Waroeng GTA Karangsari Lumajang
- 4) Setelah saya mencari informasi, saya memutuskan untuk melakukan pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang.
- 5) Setelah melakukan pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang, saya merasa puas dengan kualitas makanan serta pelayanan yang didapatkan.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017) instrumen penelitian merupakan alat yang dapat digunakan untuk membatasi kejadian sosial atau lingkungan yang dipejalari. Semua kejadian ini disebut variabel penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan dan mengukur data mengenai suatu variabel.

Menurut (Paramita & Rizal, 2018) skala pengukuran adalah alat ukur yang dapat menghasilkan data kuantitatif saat dipergunakan untuk melakukan pengukuran, maka skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai pedoman dalam menentukan interval dalam alat tersebut. Berdasarkan indikator-indikator variabel, instrumen dalam penelitian ini. Berikut penelitian ini dan skala pengukurannya disajikan pada tabel:

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Item pertanyaan	Skala	Sumber
1.	<i>Customer experience</i>	1. Sense 2. Feel 3. Think 4. Act experience 5. Relate	1. Suasana di Waroeng GTA Karangsari Lumajang menyenangkan dan nyaman untuk dilihat. 2. Waroeng GTA Karangsari Lumajang memberikan pengalaman menyenangkan yang bagi saya. 3. Waroeng GTA Karangsari Lumajang menawarkan pilihan menu yang menarik dan beragam. 4. Pengalaman yang dirasakan di Waroeng GTA Karangsari Lumajang membuat saya ingin kembali. 5. Waroeng GTA Karangsari Lumajang peduli terhadap kebutuhan dan keinginan saya	Ordinal	(Schmitt, Brend, 2003)
2.	Gaya Hidup	1. Aktivitas 2. Ketertarikan 3. Pendapat	1. Saya sering mengunjungi Waroeng GTA Karangsari Lumajang sebagai bagian dari kegiatan mengisi waktu luang 2. Saya cenderung tertarik untuk mengunjungi tempat yang sedang viral atau populer.	Ordinal	(Priansa, 2017)

No.	Variabel	Indikator	Item pertanyaan	Skala	Sumber
3.			3. Saya lebih memilih Waroeng GTA Karangsari Lumajang karena memiliki suasana yang asri.		
3.	Kualitas pelayanan	1. <i>Tangibles</i> (bukti fisik) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan) 4. <i>Assurance</i> (jaminan dan kepastian) 5. <i>Empathy</i> (Empati)	1. Waroeng GTA Karangsari Lumajang memiliki fasilitas yang bersih dan nyaman. 2. Pelayanan di Waroeng GTA Karangsari Lumajang selalu tepat waktu dan sesuai dengan harapan saya. 3. Ketika ada masalah atau keluhan, Waroeng GTA Karangsari Lumajang dengan cepat memberikan solusi yang memuaskan. 4. Waroeng GTA Karangsari Lumajang memberikan informasi yang jelas mengenai menu dan layanan yang tersedia. 5. Waroeng GTA Karangsari Lumajang memberikan pelayanan dengan sikap yang ramah dan penuh perhatian	Ordinal	(Tjiptono, 2017)
4.	Keputusan pembelian	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Pengambilan keputusan 5. Evaluasi Pasca Pembelian	1. Ketika membutuhkan tempat makan yang dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan, Waroeng GTA Karangsari Lumajang bisa menjadi pilihan saya. 2. Saya mencari ulasan, rekomendasi dari teman atau ulasan dari internet tentang Waroeng GTA Karangsari Lumajang sebelum berkunjung. 3. Saya mengevaluasi berbagai macam cafe lalu membandingkan dengan Waroeng GTA Karangsari Lumajang 4. Setelah saya mencari	Ordinal	(Kotler & G Armstrong, 2012)

No.	Variabel	Indikator	Item pertanyaan	Skala	Sumber
			<p>informasi, saya memutuskan untuk melakukan pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang.</p> <p>5. Setelah melakukan pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang, saya merasa puas dengan kualitas makanan serta pelayanan yang didapatkan.</p>		

Sumber : data dikelola peneliti tahun 2025

Menurut (Sugiyono, 2013) Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai pedoman, untuk menentukan jarak atau perbedaan antara nilai nilai yang terdapat dalam alat pengukur. Hal ini memungkinkan pengukuran yang dilakukan menghasilkan data dalam bentuk kuantitatif.

Penelitian ini, menggunakan skala pengukuran ordinal. Skala ordinal ialah skala yang memiliki urutan atau tingkatan, tetapi jarak antara nilai- nilai atau kategori terdekat tidak harus memiliki rentang yang sama. Dengan menggunakan skala ordinal, peneliti dapat mengklasifikasikan data ke dalam tingkatan yang berbeda tanpa mengukur perbedaan yang tepat antara nilai-nilai tersebut.

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuisisioner

Menurut (Sugiyono, 2018) Kuesisioner merupakan suatu metode pengumpulan data yang melibatkan responden dalam menjawab pertanyaan spesifik atau memberikan tanggapan terhadap pernyataan yang disajikan. Kuesisioner ini dapat terdiri dari pertanyaan tertutup maupun terbuka, dan dapat disampaikan melalui berbagai media, seperti surat, internet, atau secara langsung kepada responden.

Dalam penelitian ini, data akan dikumpulkan dengan cara memberikan kuesioner secara langsung kepada sampel yang terdiri dari konsumen Waroeng GTA Karangsari Lumajang Lumajang.

Penggunaan kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara sistematis dan terstruktur dari responden. Melalui kuesioner, peneliti dapat mengakses data yang konsisten dan terukur dengan tepat sesuai dengan realitas yang ada. Dalam pengukuran data, peneliti menerapkan metode pemberian skor untuk setiap jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai alat pengukuran.

Skala Likert merupakan suatu pendekatan yang dimanfaatkan untuk mengungkap kecenderungan sikap, tingkat pemahaman, serta pola pikir individu terhadap suatu fenomena. Dalam penggunaannya, variabel yang diteliti dipecah menjadi sejumlah indikator, yang selanjutnya dinilai menggunakan skala Likert. Indikator-indikator ini berfungsi sebagai tolok ukur dalam merancang butir-butir instrumen penelitian, baik dalam bentuk pertanyaan maupun pernyataan.(Sugiyono, 2018:152). Berikut adalah format skala Likert yang digunakan:

Tabel 3. 2 Skala Linkert

No.	Keterangan	Nilai
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 : (Sugiyono, 2018)

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data mencakup pengelompokan informasi berdasarkan variabel dan jenis responden, serta pengumpulan data ke dalam tabel atau matriks sesuai dengan variabel yang sedang diteliti. Selanjutnya, dilakukan perhitungan statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang telah diajukan. Dalam studi ini, metode analisis yang digunakan adalah kuantitatif, yang mengandalkan pendekatan statistik dalam pengolahan dan analisis data numerik.

Dalam riset ini, pengolahan data ditempuh melalui pendekatan regresi linier berganda, yakni teknik analisis yang mengaitkan satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas (Sugiyono, 2017:275) Sebelum memasuki tahap analisis dan pengujian pengaruh, perlu dilakukan pengujian terlebih dahulu terhadap kuesioner guna memastikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai. Setelah itu, proses analisis dilanjutkan dengan memperhatikan syarat-syarat dasar dalam regresi linier berganda, seperti distribusi data yang normal serta tidak ditemukannya gejala multikolinearitas maupun heteroskedastisitas. Langkah-langkah yang terlibat dalam proses ini akan dijelaskan lebih lanjut. meliputi:

1. Penentuan populasi
2. Penentuan sampel
3. Penyebaran kuesioner
4. Rekapitulasi kuesioner
5. Uji instrumen (validitas, reliabilitas)
6. Uji asumsi klasik (normalitas data, multikolinieritas, heteroskedastisitas)

7. Kriteria

8. Kesimpulan

3.8.1 Pengujian Instumen

Dalam penelitian, penting untuk menggunakan instrumen atau alat ukur yang memenuhi standar dan dapat diterima. Sebelum melakukan pengujian hipotesis, alat ukur tersebut harus melalui proses uji validitas dan reliabilitas. Langkah awal yang krusial adalah memastikan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden mampu memberikan informasi yang valid dan dapat diandalkan. Validitas berkaitan dengan sejauh mana kuesioner mampu mengukur aspek yang seharusnya diukur, sementara reliabilitas mengacu pada konsistensi dan kestabilan hasil yang dihasilkan oleh kuesioner tersebut. Dengan demikian, pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan lebih tepercaya setelah validitas dan reliabilitas terbukti.

a. Uji Validitas

Menurut (Paramita & Rizal, 2018:73) uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen kuesioner yang disusun mampu menghimpun data yang memang diperlukan oleh penelitian. Proses ini menjadi penentu apakah kuesioner tersebut layak atau tidak digunakan berdasarkan kecocokan antara isi pertanyaan dan informasi yang hendak digali. Sebuah kuesioner dianggap sah apabila butir-butir pertanyaannya mampu menggambarkan secara akurat aspek-aspek yang ingin diukur. Dengan kata lain, uji validitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mampu menangkap makna dari variabel yang dikaji. Dalam

penelitian ini, pendekatan yang digunakan untuk menguji validitas adalah dengan melihat hubungan antara skor masing-masing indikator dengan skor totalnya.

Analisis faktor dapat dilakukan dengan menghubungkan skor pada masing-masing faktor dengan skor total melalui teknik korelasi. Apabila hasil korelasi menunjukkan angka positif dengan nilai minimal 0,3, maka faktor tersebut dapat dianggap memiliki kekuatan konstruksi yang memadai. Sebaliknya, jika nilai korelasi antara skor faktor dan skor total berada di bawah angka 0,3, maka butir-butir dalam instrumen tersebut dapat dinyatakan tidak memenuhi syarat validitas, sehingga keberadaannya dalam alat ukur perlu ditinjau ulang.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Paramita & Rizal, 2018:73), uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi seberapa efektif kuesioner yang diusulkan dalam mengumpulkan hasil yang konsisten, terutama apabila pengukuran dilakukan kembali pada subjek yang sama di waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi SPSS versi 24 melalui teknik *Alpha Cronbach*. Teknik ini digunakan untuk menentukan apakah instrumen penelitian menghasilkan data yang reliabel atau tidak. Untuk melaksanakan uji reliabilitas, penting untuk memperhatikan nilai koefisien *Alpha Cronbach*.

Uji reliabilitas merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur mampu menghasilkan data yang konsisten ketika proses pengukuran diulang pada subjek yang serupa. Pengujian ini hanya berlaku untuk butir-butir pertanyaan yang sebelumnya telah dinyatakan valid. Suatu pernyataan dikategorikan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*-nya melebihi angka 0,6.

Proses pengujian reliabilitas ini dapat dilakukan dengan menerapkan rumus *alpha* atau *Cronbach's Alpha*, yang berfungsi untuk menilai kestabilan instrumen dalam mengukur variabel yang dimaksud. Berikut tabel yang membedakan Indeks kriteria reliabilitas:

Tabel 3. 3 Indeks Penelitian

No.	Interval Alpha Combrach	Tingkat Reliabilitas
1.	0,000 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40,	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Nugroho (2013)

3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Mengacu pada uraian (Rianto & Hatmawan, 2020:137) uji normalitas bertujuan untuk menelusuri apakah variabel residu atau variabel perancu dalam suatu model regresi memiliki pola penyebaran yang wajar atau tidak. Prosedur ini dilakukan guna memastikan bahwa sebaran data mengikuti pola distribusi yang normal atau simetris, yang menjadi salah satu prasyarat penting dalam analisis regresi.

- 1) Uji statistik kurtosis non-parametrik Kolmogorov Smirnov (K-S) dapat digunakan untuk melakukan uji normalitas pada grafik dalam keadaan berikut:
 - a) H_0 : nilai $\text{sig} > 0,05$ maka data residual terdistribusi normal
 - b) H_a : nilai $\text{sig} < 0,05$ maka data residual tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolininearitas

Sebagaimana diungkapkan oleh (Rianto & Hatmawan, 2020:139) keterkaitan yang sangat erat antara satu variabel bebas dengan variabel bebas lainnya dikenal

sebagai gejala multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas dilakukan guna menelusuri sejauh mana hubungan antar variabel bebas dalam suatu konstruksi regresi linier berganda. Apabila hubungan tersebut terlalu kuat, maka kestabilan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam model tersebut dapat mengalami gangguan atau distorsi.

Menurut kriteria untuk mendeteksi multikolinearitas pada suatu model adalah sebagai berikut :

Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,10$ maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah *tolerance*.

c. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pendapat (Ghozali, 2018:134) pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai apakah terdapat perbedaan penyebaran varians antara nilai residual pada satu observasi dengan observasi lainnya dalam suatu model regresi. Apabila varians residual bersifat konstan di seluruh observasi, kondisi ini dinamakan homoskedastisitas. Sebaliknya, jika variansnya bervariasi, maka disebut heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan ideal apabila tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Umumnya, data jenis cross-sectional cenderung mengandung masalah heteroskedastisitas karena merepresentasikan unit-unit yang beragam ukurannya, baik kecil, menengah, maupun besar. Dasar analisisnya sebagai berikut:

- 1) Heteroskedastisitas terjadi jika terdapat pola tertentu, misalnya titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, melebar lalu menyempit).

2) Heteroskedastisitas tidak timbul jika tidak ada pola yang terlihat dan titiktitiknya tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Proses pengujian hipotesis dalam riset ini dilakukan melalui pendekatan regresi linier, yakni suatu metode yang bertujuan untuk mengestimasi sejauh mana variabel terikat mengalami perubahan ketika variabel bebas mengalami penyesuaian, baik berupa peningkatan maupun penurunan (Sugiyono, 2010). Dalam konteks ini, analisis yang diterapkan yaitu regresi linier berganda. Adapun bentuk model regresi linier yang diterapkan dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependend

α = Nilai Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Variabel Independen

β_2 = Koefisien Regresi Variabel Independen

β_3 = Koefisien Regresi Variabel Independen

X_1 = Variabel independen

X_2 = Variabel Independen

X_3 = Variabel Independen

e = error

persamaan analisis regresi Linier berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$KP = \alpha + \beta_1 CE + \beta_2 GH + \beta_3 KP + e$$

Keterangan :

KP = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi *Customer experience*

β_2 = Koefisien Regresi Gaya Hidup

β_3 = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan

CE = *Customer experience*

GH = Gaya hidup

KP = Kualitas Pelayanan

e = error

3.8.4 Koefisien determinasi (R^2)

Menurut (Rianto & Hatmawan, 2020:141) analisis koefisien determinasi (R^2) berfungsi sebagai alat ukur untuk mengetahui sejauh mana model dapat menguraikan ragam perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Rentang nilai R^2 berada antara 0 hingga 1. Jika nilai R^2 tergolong rendah, hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, apabila nilai R^2 mendekati angka 1, maka dapat diasumsikan bahwa variabel independen memiliki kontribusi yang nyaris menyeluruh dalam menjelaskan fluktuasi pada variabel dependen.

Koefisien determinasi (R^2) berperan sebagai tolok ukur sejauh mana variabel dependen (Y) mampu diterangkan oleh keberadaan variabel independen (X). Dalam konteks regresi linier berganda, penekanan terletak pada nilai R Square sebagai indikator utama. Nilai ini mencerminkan seberapa besar pengaruh

gabungan dari variabel bebas yakni *customer experience* (X1), gaya hidup (X2), dan kualitas pelayanan (X3) dalam menjelaskan fluktuasi variabel terikat, yaitu keputusan pembelian pada Waroeng GTA Karangsari Lumajang. R^2 ditafsirkan dalam bentuk persentase (%) untuk menunjukkan proporsi kontribusi. Semakin mendekati angka 1 atau 100%, maka semakin kuat peran variabel-variabel bebas tersebut dalam membentuk arah dan kecenderungan keputusan pembelian.

3.8.5 Uji F (Uji kelayakan model)

Menurut (Rianto & Hatmawan, 2020) pengujian kelayakan model—yang umum dikenal dengan istilah uji F—berfungsi untuk menilai sejauh mana keseluruhan variabel bebas secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Uji ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi apakah kerangka model yang digunakan dalam penelitian dapat dianggap relevan dan layak diaplikasikan. Proses pengujian ini menjadi sangat krusial, terutama ketika penelitian mencakup lebih dari satu variabel bebas. Adapun tolok ukur dalam pelaksanaannya adalah sebagai berikut:

- a) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak
- b) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima

3.8.6 Uji Hipotesis

a) Uji t (Uji Parsial)

Berdasarkan penjelasan (Rianto & Hatmawan, 2020;141) uji *t* yang juga dikenal sebagai uji parsial bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana masing-masing variabel independen memberikan pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, uji parsial diterapkan guna menelaah

dampak dari *customer experience* (X1), gaya hidup (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun tahapan-tahapan dalam pelaksanaan uji *t* secara parsial dapat dirinci sebagai berikut: Merusmuskan hipotesis

a. Hipotesis pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *customer experience* yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang Lumajang.

H_1 : Terdapat pengaruh *customer experience* yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang Lumajang.

b. Hipotesis kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh gaya hidup yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang Lumajang.

H_1 : Terdapat pengaruh gaya hidup yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang Lumajang.

c. Hipotesis ketiga

H_0 :Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang Lumajang.

H_1 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang Lumajang.

- 2) Ambang signifikansi yang dijadikan acuan dalam penelitian ini ditetapkan pada tingkat 5% (0,05).
 - a) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan berada di bawah batas tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat keterkaitan yang bermakna secara parsial antara variabel independen dan variabel dependen.
 - b) Sebaliknya, apabila nilai signifikansi yang diperoleh melampaui angka 5%, maka hubungan parsial antara variabel independen dan variabel dependen dinyatakan tidak cukup kuat secara statistik untuk dianggap signifikan.
- 3) Kriteria pengujian
 - a) Jika $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel} \rightarrow H_a$ diterima H_0 ditolak.
 - b) Jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel} \rightarrow H_0$ ditolak H_a diterima.
- 4) Menentukan t_{hitung}
Nilai t_{hitung} bisa dihitung dengan rumus $df = N-2$
- 5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel}