

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed-method, yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti. Metode kuantitatif akan digunakan untuk mengukur pengaruh desain interior dan ambience terhadap keputusan pembelian, sementara metode kualitatif akan membantu mengeksplorasi lebih dalam persepsi dan pengalaman konsumen generasi Z terkait dengan desain interior dan ambience Central Caffe Gresik.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Central Caffe yang berlokasi di Jalan Protokol No. 123, Gresik, Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada popularitas Central Caffe di kalangan konsumen generasi Z di Gresik. Waktu penelitian direncanakan berlangsung selama 6 bulan, dimulai dari bulan Juli hingga Desember 2024.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen generasi Z yang pernah berkunjung ke Central Caffe Gresik. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, penentuan sampel akan menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

Untuk metode kualitatif, akan dilakukan wawancara mendalam terhadap 100 responden yang dipilih secara purposive dari sampel kuantitatif, dengan mempertimbangkan variasi karakteristik demografis dan frekuensi kunjungan.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Independen

1. Desain Interior (X1) : Operasional: Persepsi konsumen terhadap elemen-elemen desain interior Central Caffe Gresik.

Indikator:

- a. Layout ruangan
- b. Pemilihan furnitur
- c. Skema warna
- d. Elemen dekoratif
- e. Pencahayaan

2. Ambience (X2) : Persepsi konsumen terhadap suasana atau atmosfer yang tercipta di Central Caffe Gresik.

Indikator:

- a. Musik
- b. Aroma
- c. Suhu ruangan
- d. Tingkat kebisingan
- e. Kualitas udara

3.4.2 Variabel Dependen

Keputusan Pembelian (Y) : Tindakan konsumen untuk melakukan pembelian di Central Caffe Gresik.

Indikator:

- Frekuensi kunjungan
- Durasi kunjungan
- Jumlah pembelian
- Niat untuk berkunjung kembali
- Rekomendasi kepada orang lain

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Metode Kuantitatif

1. Kuesioner: Akan disebar kepada 100 responden yang memenuhi kriteria sampel. Kuesioner akan menggunakan skala Likert 5 poin untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel-variabel penelitian.
2. Observasi: Peneliti akan melakukan observasi langsung di Central Caffè Gresik untuk mengamati elemen-elemen desain interior dan ambience, serta perilaku konsumen generasi Z.

3.5.2 Metode Kualitatif

1. Wawancara Mendalam: Akan dilakukan terhadap 100 responden terpilih untuk mendapatkan informasi yang lebih detail mengenai persepsi dan pengalaman mereka terkait desain interior dan ambience Central Caffè Gresik.
2. Focus Group Discussion (FGD): Akan dilakukan 2 sesi FGD dengan masing-masing 8 partisipan untuk mengeksplorasi preferensi dan ekspektasi generasi Z terhadap desain interior dan ambience warung kopi.

3.6 Analisis Data

3.6.1 Analisis Kuantitatif

1. Uji Validitas dan Reliabilitas: Untuk memastikan keabsahan dan konsistensi instrumen penelitian.
2. Uji Asumsi Klasik: Meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.
3. Analisis Regresi Berganda: Untuk mengukur pengaruh desain interior dan ambience terhadap keputusan pembelian.
4. Uji Hipotesis: Meliputi uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).
5. Analisis Jalur (Path Analysis): Untuk menguji efek mediasi dan moderasi antar variabel.

3.6.2 Analisis Kualitatif

1. Transkripsi: Hasil wawancara dan FGD akan ditranskrip secara verbatim.
2. Koding: Data kualitatif akan dikoding untuk mengidentifikasi tema-tema utama.
3. Analisis Tematik: Untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari data kualitatif.
4. Triangulasi: Membandingkan hasil analisis kuantitatif dan kualitatif untuk validasi dan memperkaya interpretasi data.

