

BAB III METODA PENELITIAN

1.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah strategi asosiatif. Strategi asosiatif dipilih dengan bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas yaitu harga (X_1), fasilitas (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen (Y).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:80). Penelitian ini dilakukan di Dua *Coffee* Fatmawati Jakarta Selatan dengan kriteria pengunjung minimal berumur 17 tahun.

1.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (Sugiyono, 2018:81).

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yang dimana *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016: 85). *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, sehingga pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden minimal usia 17 tahun dan pernah bertransaksi dua kali pembelian di Dua *Coffee* Fatmawati, jumlah anggota sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Moe, yaitu :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,05)^2}$$

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

$n = 384,16$ jika dibulatkan menjadi 384.

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel 95%

Moe = *margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi ditentukan 5%.

Margin of error max yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau $Z = 1,96$ dan Moe sebesar 5%. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 384 responden konsumen Dua *Coffee*.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis data

Dalam penelitian ini data akan dikumpulkan dan dianalisis yang bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas. Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Data primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016: 225). Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.

Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah tanggapan responden mengenai atribut harga, fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Data diperoleh secara langsung dari setiap pengunjung Dua *Coffee*.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dengan menggunakan studi yang dilakukan terhadap buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan

dengan penelitian, selain itu penelitian mempergunakan data yang diperoleh dari internet (Sugiyono, 2017: 80).

1.3.2. Metoda pengumpulan data

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode angket ini digunakan untuk mendapatkan jawaban secara tertulis sesuai dengan pertanyaan yang peneliti ajukan (Sugiyono, 2017: 142). Kuesioner akan diberikan kepada pengunjung yang telah melakukan transaksi pembelian di *Dua Coffee*.

Dalam penelitian ini instrumen diukur dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017: 93). Jawaban pada setiap item instrument mempunyai bobot nilai seperti yang tercantum pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.1. Pemberian Skor Jawaban Kuesioner

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

Sumber : Sugiyono (2017: 93)

Pengukuran variabel akan dijabarkan dalam beberapa indikator variabel. Pada masing-masing variabel memiliki sub indikator, dimana dari sub indikator tersebut akan dijadikan sebagai tolak ukur dalam menyusun item instrument berupa pernyataan pada keusioner penelitian. Berikut adalah variabel dan indikator penelitian :

Tabel 3.2. Indikator Variabel Harga

Variabel Penelitian	Indikator	No. Item
Harga (X ₁)	Keterjangkauan harga	1; 2
	Kesesuaian harga dengan kualitas jasa	3; 4
	Harga mempengaruhi daya beli konsumen	5
	Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan	6

Sumber : Basu Swasta (2014: 147)

Tabel 3.3. Indikator Variabel Fasilitas

Variabel Penelitian	Indikator	No.Item
Fasilitas (X ₂)	Pertimbangan perencanaan parsial	7; 8
	Perencanaan ruangan	9; 10; 11; 12; 13
	Perlengkapan dan perabot	14; 15; 16; 17; 18; 19

Sumber : Tjiptono (2011: 184)

Tabel 3.4. Indikator Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel Penelitian	Indikator	No.Item
Kualitas Pelayanan (X ₃)	Kesederhanaan, kejelasan dan kepastian	20; 21; 22; 23; 24
	Keamanan	25
	Keterbukaan	26
	Efisien	27
	Ekonomi	28; 29; 30
	Keadilan dan merata	31
	Ketepatan waktu	32
	Kriteria kuantitatif	33; 34

Sumber : Hardiyansah (2011: 48)

Tabel 3.5. Indikator Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel Penelitian	Indikator	No.Item
Kepuasan Konsumen (Y)	Atribut yang terkait dengan produk	35; 36; 37;
	Atribut yang terkait dengan layanan	38; 39
	Atribut yang terkait dengan pembelian	40

Sumber : Subroto (2013: 42)

3.4. Metoda Analisis Data

3.4.1. Metoda pengolahan dan penyajian data

1. Pengolahan data

Data yang diperoleh dari data kuesoner akan diubah menjadi data kuantitatif, dengan jawaban yang telah diberikan pada kuesioner berdasarkan skala *likert*. Kemudian data akan diolah untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian. Data yang terkumpul diolah secara manual dan menggunakan *software* data yaitu SPSS 25.0.

2. Uji instrument penelitian

Selanjutnya langkah yang akan dilakukan adalah pengukuran kuesioner. Kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian. Pengujian dan pengukuran data masing-masing akan menunjukkan konsistensi dan keakuratan data yang dikumpulkan.

a. Uji validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui alat ukur (kuesioner) tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten apabila pengukuran kembali diulang.

Data yang telah diperoleh kemudian ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor, apabila nilai $r_{hitung} > 0,3$ maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik atau dapat dinyatakan valid (Sugiyono, 2016: 177).

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, metode ini digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur pada sikap dan perilaku. kriteria instrument penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*, apabila koefisien reliabilitasnya memiliki nilai $> 0,6$ (Sofyan Siregar, 2014: 87).

3.4.2. Analisis statistik data

3.4.2.1 Analisis korelasi

Analisis koefisien korelasi terdiri dari analisis koefisien korelasi parsial dan analisis koefisien korelasi berganda, yaitu :

a. Analisis koefisien korelasi parsial

Analisis ini adalah alat ukur yang digunakan apabila suatu penelitian terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial dihitung bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap atau konstan.

b. Analisis koefisien korelasi berganda

Digunakan untuk mengetahui pengaruh antara harga, fasilitas, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3.4.2.2. Analisis koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terkait (dependen) secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

1) Pengaruh determinasi parsial X_1 Terhadap Y (X_2 dan X_3 Konstan)

$$KD_{1.23} = r_{Y1.23}^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.5)$$

2) Pengaruh determinasi parsial X_2 Terhadap Y (X_1 dan X_3 Konstan)

$$KD_{2.13} = r_{Y2.13}^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.6)$$

3) Pengaruh determinasi parsial X_3 Terhadap Y (X_1 dan X_2 Konstan)

$$KD_{3.12} = r_{Y3.12}^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.7)$$

3.4.2.3. Uji hipotesis penelitian

Uji hipotesis ini digunakan untuk mengukur adanya pengaruh Harga (X_1), Fasilitas (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dimana pengujian hipotesis terhadap ρ merupakan unsur utama pembentuk KD.

Keputusan uji hipotesis hampir selalu dibuat berdasarkan pengujian hipotesis nol. Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji hipotesis secara parsial

Uji parsial atau uji T dalam analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial (masing-masing variabel) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

a. Pengaruh X_1 (Harga) terhadap Y (Kepuasan Konsumen).

$H_0 : \rho_{y1.23} = 0$: secara parsial antara harga dengan kepuasan konsumen tidak signifikan.

$H_a : \rho_{y1.23} \neq 0$: secara parsial antara harga dengan kepuasan konsumen signifikan.

b. Pengaruh X_2 (Fasilitas) terhadap Y (Kepuasan Konsumen)

$H_0 : \rho_{y2.13} = 0$: secara parsial antara fasilitas dengan kepuasan konsumen tidak signifikan.

$H_a : \rho_{y2.13} \neq 0$: secara parsial antara fasilitas dengan kepuasan konsumen signifikan.

c. Pengaruh X_3 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan Konsumen)

$H_0 : \rho_{y3.12} = 0$: secara parsial antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen tidak signifikan.

$H_a : \rho_{y3.12} \neq 0$: secara parsial antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen signifikan.

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dilihat dari *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata (α) yang digunakan sebesar ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

H_0 ditolak, jika *significance t* < 0,05

H_a diterima jika *significance t* \geq 0,05