

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian adalah strategi asosiatif. Strategi asosiatif digunakan dalam penelitian ini karena dapat mengetahui pengaruh antara minimal dua variabel atau lebih, strategi asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. hal ini sesuai dengan pendapat atau teori dari Sugiyono (2012:11) Metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan metode survey. Metode survey dilakukan pada penelitian dengan populasi data jumlah besar maupun kecil. Data yang akan diperoleh merupakan data dari sampel yang diambil dengan menggunakan kuesioner, yang akan diberikan kepada konsumen kafe Malabar.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti. Menurut Sugiyono (2015:116), obyek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda-benda, sistem dan prosedur, fenomena dan lainnya. Menurut Sukmadinata (2011) mengemukakan populasi adalah kelompok besar dan wilayah yang menjadi lingkup penelitian kita Populasi target adalah populasi yang menjadi sasaran keberlakuan kesimpulan penelitian kita (Sukmadinata, 2012:80). Adapun Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan kafe Malabar sedangkan populasi target adalah pelanggan Kafe Malabar Jakarta Timur, dimana jumlahnya tidak ketahu dengan pasti.

Sampel penelitian adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Margono (2012) mengemukakan bahwa sampel adalah “bagian dari populasi, sebagai contoh yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu”.

Metode penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel

dengan mempertimbangan tertentu dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen dari kafe Malabar dengan kriteria sebagai berikut:

$$n = \frac{Z}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah Sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% =

Moe = Margin of error (10%)

$$N = \frac{1,96^2}{4(0,01)^2}$$

N = 96,04

Sehingga penelitian ini memperoleh nilai n sebesar 96,04 dan dibulatkan menjadi 97. Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 97 orang.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer yang diperoleh melaluis *survey* dengan membagikan kuisisioner yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel keterkaitan untuk tujuan tertentu dari studi dan data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada (Sekaran & Bougie, 2017:130). Data primer yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertutup atau terbuka, lalu peneliti dapat memberikan kepada responden secara langsung melalui cetakan kertas atau dikirimkan secara online melalui media internet. Pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada responden, meliputi nama, jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, berapa banyak mengunjungi kafe Malabar, dan tanggapan konsumen mengenai pelayanan yang

diberikan kafe Malabar, setelah mengunjungi dan menikmati makanan kafe Malabar, yang tercermin melalui loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan pelanggan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017: 130) data primer mengacu pada informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti terkait dengan variabel keterkaitan untuk tujuan tertentu dari studi. Sedangkan data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber- sumber yang sudah ada berupa bukti, catatan, atau laporan yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) dalam bentuk yang sudah jadi berupa publikasi. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian. Untuk memperoleh data secara langsung dalam penelitian ini, metode pengumpulan data primer dengan menyebarkan kuisisioner kepada konsumen yang telah mengunjungi dan menikmati pelayanan kafe Malabar. Menurut Sugiyono (2013:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Selain itu waktu penelitian pun menggunakan metode cross section/insidental, yaitu data yang dikumpulkan hanya pada suatu waktu tertentu yaitu pada saat konsumen mengunjungi kafe malabar.

Pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala likert, skala yang digunakan bertujuan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang dimana selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur harus dijabarkan menjadi sebuah indikator variabel yang kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item – item atau hal hal yang berkaitan dengan instrumen, sehingga dapat merubah pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi yang sangat positif hingga sampai sangat negatif yang dapat berupa kata kata (Sugiono 2018:152), berikut:

No.	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2018)

3.4. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017:59) variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel adalah obyek penelitian atau apa saja yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian (Sujdana, 2012:71). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah interval scale. Berikut ini adalah operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Kualitas pelayanan merupakan kehandalan kemampuan yang dimiliki karyawan kafe Malabar dengan pembuktian secara langsung bertujuan untuk mengukur pelayanan jasa pelayanan yang diberikan kafe Malabar kepada konsumen pengguna jasa.
2. Nilai yang dirasakan pelanggan merupakan pilihan yang dirasakan pelanggan kafe Malabar dan evaluasi terhadap atribut produk dan jasa, kinerja dari karyawan kafe malabar yang timbul dari penggunaan produk untuk mencapai tujuan dan maksud konsumen ketika menggunakan produk.
3. Kualitas Produk merupakan kemampuan suatu produk dari kafe Malabar untuk melaksanakan fungsinya, daya tahan keandalan setiap produk, ketepatan dan kemudahan operasi dan perbaikan produknya yang ada di kafe Malabar.
4. Kepuasan Konsumen merupakan tanggapan dari hasil kinerja karyawan kafe malabar dalam melakukan pelayanan demi memenuhi kebutuhan konsumen, yang bertujuan untuk mengukur pelayanan yang diberikan kafe malabar kepada konsumen pengguna jasa

5. Loyalitas merupakan hasil dari sebuah pengalaman konsumen dalam melakukan kunjungan ke kafe malabar yang dimana telah memenuhi harapannya dan melakukan kunjungan ke kafe Malabar secara terus menerus, bertujuan untuk mengukur pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang setia berkunjung ke kafe Malabar.

Variabel yang diukur kemudian dijabarkan ke dalam beberapa indikator, dan dari masing-masing indikator memiliki sub indikator yang akan dijadikan pedoman untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner, sebagai berikut:

Tabel 3.2. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Butir
Kualitas pelayanan, Tjiptono (2018:268)	Kehandalan	Cekatan dalam transaksi	1
	Daya Tanggap	Kecepatan Pelayanan	2
	Jaminan	Pelayanan yang ramah dan kesopanan	3
	Empati	Pemahaman akan kebutuhan pelanggan	4
	Berwujud	Kebersihan ruangan dan fasilitas	5
Nilai yang dirasakan pelanggan (Kotler & Keller 2019)	Kelayakan	Pelayanan kafe terhadap pelanggan	6
	Kesesuaian harga dengan produk atau jasa.	Harga yang dijual oleh kafe sesuai dengan produk dan pelayanan yg diberikan	7
	Menawarkan nilai yang baik	Memberikan mutu yang baik sehingga menghasilkan dampak positif.	8
	Performa	Penampilan dalam hidangan makanan dan minuman yang menarik	9

Kualitas Produk Tjiptono (2018:34)	Fitur	Melayani pemesanan melalui aplikasi online	10
	Keandalan	Mutu yang diberikan dapat dipercaya	11
	Kesesuaian dengan Spesifikasi	Harga dan makanan yang sesuai	12
	Daya Tahan	Makanan tidak cepat basi	13
	Kemampuan melayani	Memberikan kualitas makanan terbaik kepada pelanggan kafe	14
	Estetik	Tempat yang nyaman dan bernuansa dan bernilai estetika	15
Kepuasan Pelanggan Tjiptono (2015:101)	Kesesuaian Harapan	Harga dan rasa dari makanan di kafe	16
	Minat Berkunjung Kembali	Pelanggan kafe mendapatkan pelayanan yang memuaskan	17
	Kesediaan Merekomendasikan	Memberikan kesan baik terhadap pelanggan	18
Loyalitas Pelanggan Robert, Varki & Bordie (2016)	Say positive things	Konsumen merasa puas akan pelayanan dan produk yang diberikan	19
		Memberikan tanggapan positif mengenai kedai kopi	20
	Recommend friend	Mengajak rekan untuk Bersama mengunjungi Kafe	21
	Continue purchasing	Konsumen kembali mengunjungi kafe	22

Sumber: Tjiptono (2018:268) (Kotler & Keller 2019), Tjiptono (2018:34), Tjiptono (2015:101), Robert, Varki & Bordie (2016).

1.1.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Setelah peneliti memperoleh data kuesioner maka didapatkan data, data tersebut diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

1.1.2 Uji validitas

Sugiyono (2014:116) “Uji validitas digunakan sebagai alat pengukur (kuesioner) untuk mengetahui sejauh mana alat yang diinginkan. Untuk mengukur valid tidaknya alat tersebut maka dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan”. Data yang diperoleh harus ditabulasikan, kemudian dianalisis dengan faktor untuk mengajukan *construct validity* dengan menggunakan metode perhitungan korelasi sederhana (r hitung), yaitu mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Pengujian alat validitas tersebut menggunakan rumus korelasai *product moment*, sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

R hitung = koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

N = banyaknya responden (populasi)

X = skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = skor total yang diperoleh dari seluruh item

Langkah selanjutnya adalah secara statistik, angka korelasi yang diperoleh dapat dengan melihat tanda pada bintang hasil skor total, atau membandingkan dengan angka yang bebas korelasi nilai r yang menunjukkan valid. Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas yang dengan bantuan program SPSS 26.0 (*Statistical package for Social Sciences*). Dalam menentukan nomor di kuesioner pada item yang valid dan yang gugur yaitu dengan konsultasikan tabel r produk moment. Pada kriteria penilaian uji validitas adalah:

- A. Apabila r hitung $>$ r table, maka item kuesioner tersebut valid
- B. Apabila r hitung $<$ r table, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid. Apabila nilai r hitung sebesar 0,3 (r kritis) ke atas, maka faktor tersebut.

3.4.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan. Setelah semua pertanyaan sudah valid, analisis selanjutnya dengan uji reliabilitas dengan cronbach’s alpha. Dilakukan terhadap seluruh pertanyaan dari variabel. Caranya adalah membandingkan r hasil dengan nilai konstanta (0,6). Dalam uji reliabilitas sebagai nilai r hasil adalah nilai alpha. Ketentuannya bila r alpha > konstanta (0,6) maka pertanyaan tersebut reliabel.

1.2 Metoda Analisis Data

1.2.1 Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*) v.26 hal ini dilakukan agar dalam mengolah data statistik dapat lebih cepat dan tepat.

1.2.2 Penyajian Data

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan di sajikan dalam bentuk table agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisa data yang disajikan.

1.2.3 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R2) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerapkan variasi variabel independen. Nilai determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai adjusted r2. Digunakan nilai tersebut karena nilai adjusted r2 pada saat menegevaluasi model regresi dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel tidak bebas. Apabila R2 mendekati berarti variabel bebas sangat berpengaruh terhadap variabel tidak bebas.

Guna mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variable dependen secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

- 1. Determinasi parsial X1 terhadap Y (X2, X3 konstan)

$$KDY1.23 = (rY1.23)^2 \times 100\%.....(3.2)$$

- 2. Determinasi parsial X2 terhadap Y (X1, X3 konstan konstan)
 $KDY_{2.13} = (rY_{2.13})^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.3)$
- 3. Determinasi parsial X3 terhadap Y (X1, X2 konstan konstan)
 $KDY_{3.12} = (rY_{3.12})^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.4)$
- 4. Determinasi berganda X1, X2 dan X3 terhadap Y
 $KD_{123} = (rY_{123})^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.5)$

3.5.4 Uji Hipotesis Koefisien Determinasi

Hipotesis digunakan atau dipakai untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas Kualitas pelayanan(X1), Nilai yang dirasakan Pelanggan (X2), Kualitas Produk (X3), dan Kepuasan Konsumen (X4) dengan variabel terikat loyalitas konsumen (Y). Berikut langkah-langkah pengujian hipotesis:

1. Uji Hipotesis T Secara Parsial (Uji-T)

Uji ini digunakan mengetahui dalam model regresi variabel independent (X1, X2, X3, X4 Xn) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap dependen (Y). Uji Hipotesis ini menggunakan SPSS 26.0 dengan hasil perhitungan dibandingkan dengan ttabel dan thitung

A. Uji Koefisien regresi pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Menentukan hipotesis

$H_0 : \beta_1 \leq 0$

$H_a: \beta_1 > 0.$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel (n) = 97, menentukan table distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%: 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-1, (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variable independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) Kriteria pengujiannya: H_0 diterima jika thitung \leq ttabel
 H_0 ditolak jika thitung $>$ ttabel

Dengan membandingkan thitung dan ttabel serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

B. Uji Koefisien regresi pengaruh Nilai yang dirasakan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Menentukan hipotesis

$$H_0: \beta_2 \leq 0$$

$$H_a: \beta_2 > 0.$$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel $(n) = 97$, menentukan table distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%: 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025).

Kriteria pengujiannya:

H_0 diterima jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ table}$

H_0 ditolak jika $t \text{ hitung} > t \text{ table}$.

Dengan membandingkan t hitung dan t tabel serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

C. Uji Koefisien regresi pengaruh Kualitas Produk penjualan terhadap loyalitas pelanggan

Menentukan hipotesis

$$H_0: \beta_3 \leq 0$$

$$H_a: \beta_3 > 0.$$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel $(n) = 97$, menentukan table distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%: 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) Kriteria pengujiannya:

H_0 diterima jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ table}$

H_0 ditolak jika $t \text{ hitung} > t \text{ table}$.

Dengan membandingkan t hitung dan t tabel serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

D. Uji Koefisien regresi pengaruh Kepuasan pelanggan penjualan terhadap loyalitas pelanggan

Menentukan hipotesis

$$H_0: \beta_4 \leq 0$$

$$H_a: \beta_4 > 0.$$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel (n) = 97, menentukan table distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%: 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah fariabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya:

H_0 diterima jika t hitung $\leq t$ table

H_0 ditolak jika t hitung $> t$ table.

Dengan membandingkan t hitung dan t tabel serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

E. Uji Hipotesis Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara langsung bersama-sama (simultan) koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terdapat variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Apabila dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi di bawah 0,05 (5%), maka secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel independent terhadap variabel dependen, dengan rumus sebagai berikut: Apabila pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian tersebut F hitung dibanding dengan F tabel dan kriteria uji untuk F hitung sebagai berikut:

a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, Maka H_0 diterima dan H_a ditolak

b. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

H_0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh signifikansi antara variable independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama, sedangkan jika H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Dengan tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$, (signifikansi 5% atau 0,05) ukuran standar yang sering digunakan penelitian.

Menentukan Hipotesis

a. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \leq 0:$

b. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 > 0$