

BAB3

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan strategi penelitian *asosiatif* yaitu penelitian yang berusaha mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Sugiyono (2017:37) menerangkan bahwa suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini strategi penelitian *asosiatif* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri dari harga (HG), fasilitas (FS), dan kualitas pelayanan (KL) dengan variabel Y (variabel terikat), yaitu kepuasan pelanggan (KP).

Penelitian ini dilakukan di MASALALU Cafe yang berada di daerah Rawa Domba duren sawit jakarta timur dengan kriteria konsumen MASALALU Cafe.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen MASALALU cafe.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono (2018: 131) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam hal kriteria yang digunakan dalam setiap penelitian (Sugiyono, 2018 : 131). Dalam penelitian ini kriteria sampel adalah konsumen MASALALU Cafe, yang setidaknya sudah dua kali berkunjung dan membeli kopi Masalalu dalam kurun waktu bulan november sampai dengan bulan desember tahun 2020.

Unit analisis suatu penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda,

wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahannya. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen MASALALU Cafe mengenai harga, fasilitas dan kualitas pelayanan atas kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk MASALALU Cafe.

Dikarnakan jumlah populasi sasaran yang tidak diketahui untuk dijadikan sampel penelitian maka dari itu peneliti memutuskan untuk menggunakan sebanyak 100 responden, sebagaimana pendapat Ghozali (2014:30) yang menyatakan bahwa besarnya sampel untuk pengujian PLS digunakan untuk mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten dan memiliki pengaruh yang lebih besar, minimal direkomendasikan sebanyak 30 sampai 100 kasus.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode survey, yaitu teknik pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung berupa opini atau pendapat dari pelanggan MASALALU Cafe dengan memberi penilaian terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner menyangkut mengenai harga, fasilitas, kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yang ditujukan langsung kepada pelanggan MASALALU Cafe.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak ketiga dan biasanya dalam bentuk angka atau kuantitatif. Dalam penelitian ini sumber data sekunder diperoleh dari studi pustaka.

Sugiyono (2018:219), mengemukakan bahwa kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2017: 94) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

Tabel 0.1. Skala Liker tuntut Instrumen penelitian

NO	PILIHAN JAWABAN	NILAI SKOR
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2017)

3.4 Operasionalisasi Variabel

Masing-masing variabel bebas dan terikat didefinisikan sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan (KP), adalah persaan senang atau kecewa pelanggan MASALALU Cafe setelah membandingkan kinerja KOPI MASALALU dengan harapan mereka. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan terdiri dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasi.
2. Harga (HG), adalah persepsi pelanggan terhadap keterjangkauan, kesesuaian harga dengan citra rasa KOPI MASALALU, daya saing, dan kesesuaian harga dengan manfaat.
3. Fasilitas (FS), adalah sarana atau peralatan fisik yang disediakan MASALALU Cafe dalam memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan MASALALU Cafe, sehingga pelanggan dapat mencapai kepuasan sesuai dengan apa yang diharapkan. Ada beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur fasilitas diantaranya perencanaan ruang, perlengkapan atau perabotan, serta unsur pendukung.
4. Kualitas Pelayanan (KL), adalah suatu kesesuaian antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh MASALALU Cafe. Dalam mengukur kualitas pelayanan ada lima indikator yang digunakan diantaranya seperti keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan/keyakinan (*assurance*).

Variabel-variabel yang diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator-

indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian dapat dilihat pada empat tabel berikut:

Tabel 0.2. Indikator, dan Sub Indikator Harga

Indikator	Sub Indikator	Kode
Keterjangkauan harga	Harga kopi masalalu terjangkau	HG1
Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga kopi masalalu sebanding dengan cita rasa kopi	HG2
Daya saing harga	Harga kopi masalalu lebih murah dibanding kopi cafe lain	HG3
Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga kopi masalalu sesuai dengan maanfaat yang dirasakan	HG4

Sumber: Tjiptono, (2019)

Tabel 0.3. Indikator, dan Sub Indikator Fasilitas

Indikator	Sub Indikator	Kode
Pertimbangan/Perencanaan Spasial	Ruangan masalalu cafe proposional	FS1
	Desain interior bernuasa masalalu	FS2
Perencanaan Ruang	Bagunan kafe berarsitektur “jadul”	FS3
	Meja dan kursi sesuai dengan kapasitas ruangan	FS4
Perlengkapan/Perabotan	Tersedia <i>wifi</i> dengan kecepatan tinggi	FS5
Tata Cahaya dan Warna	Pewarnaan ruangan cafe nyaman dipandang	FS6
	Pencahayaan ruangan cafe terang	FS7
Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis	Papan menu terbaca dengan jelas	FS8
	Papan menu berbentuk tradisional	FS9
Unsur Pendukung	Tempat parkir cafe luas	FS10

Sumber: Tjiptono, (2019)

Tabel 0.4. Indikator, dan Sub Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator	Sub Indikator	Kode
Bukti fisik	Alat pengolahan kopi “jadul”	KL1
	Penampilan pelayan cafe bergaya “jadul”	KL2
Keandalan	Transaksi tercatat dengan akurat	KL3
	Pesanan dilayani dengan cepat	KL4
Daya tanggap	Pegawai cafe ramah	KL5
Jaminan/Keyakinan	Pelayan memiliki pengetahuan produk dengan baik	KL6
	Barista ahli dalam membuat kopi	KL7
Empati	Pelayan memberikan saran dalam	KL8

	memilih kopi Pelayan memberikan solusi atas masalah yang terjadi	KL9
--	---	-----

Sumber: Tjiptono, (2019)

Tabel 0.5. Indikator, dan Sub Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator	Sub Indikator	Kode
Kesesuaian Harapan	Kopi masalalu sesuai dengan harapan saya	KP1
	Saya merasa puas denga kopi masalalu	KP2
Minat berkunjung kembali	Saya akan berkunjung kembali ke masalalu cafe	KP3
Kesediaan merekomendasi	Saya akan merekomendasikan kopi masalalu kepada teman dan keluarga	KP4

Sumber: Tjiptono, (2019)

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1 Metode Pengolahan Data dan Penyajian Data

Dalam penelitian ini pengelolaan data menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS), menggunakan software *SmartPLS versi 7.0*. Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

3.5.2 Analisis Statistik Data

Dalam penelitian ini pengelolaan data menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan program software *SmartPLS versi 7.0*. analisis pada *Partial Least Square* (PLS) dilakukan dengan tigatahap yaitu:

- 1) Analisis *outer* model
- 2) Analisis *inner* model
- 3) Pengujian hipotesis

3.5.2.1 Analisis *outer* model

Outer model di lakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model, *Outer Model* dengan indikator reflektif di evaluasi melalui *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity* dari indikator pembentuk konstruk laten dan *Composite Reliability* untuk blok indikatornya (Ghozali, 2015:73).

1. *Convergent Validity*, menurut Ghozali, (2015:74) uji ini dapat di lihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Nilai *loading factor* harus diatas 0.60 dan nilai *average variance extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0.50.
2. *Discriminant Validity*, dalam kriteria ini indikator refleksif dilihat dari nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0.70 (Ghozali, 2015:74).
3. *Composite Reliability*, harus lebih besar dari 0.60 (Ghozali, 2015:75).

Uji yang dilakukan di atas merupakan uji pada *Outer Model* untuk indikator refleksif. Sedangkan *Outer Model* dengan indikator formatif di evaluasi melalui *Substantive Content*-nya yaitu dengan membandingkan besarnya *Relative Weight* dan melihat signifikansi dari indikator konstruk tersebut (Ghozali, 2015:73).

3.5.2.2 Analisis inner model

Analisis Inner Model di kenal juga sebagai analysis structural model, bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. *Inner Model* di evaluasi dengan melihat besarnya persentase variance yang dijelaskan yaitu dengan melihat nilai *R-Square* untuk konstruk laten endogen tes untuk menguji *predictiveness* dengan menggunakan prosedur resampling seperti *bootstrapping* untuk memperoleh stabilitas dari estimasi (Ghozali, 2015:73). Evaluasi *Inner Model* dapat di lihat dari beberapa indikator yang meliputi:

1. *R-Square*, digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 0.75 baik, nilai R^2 0.50 moderat, sedangkan nilai R^2 0.25 lemah (Ghozali, 2015:78).
2. *Q-Square*, teknik ini dapat mempresentasi *synthesis* dari *cross validation* dan fungsi *fitting* dengan prediksi dari *observed* variabel dan estimasi dari parameter konstruk (Ghozali 2015:79).

Goodness of Fit, dikembangkan untuk mengevaluasi model pengukuran dan model structural dan di samping itu menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model. Untuk alasan ini *Goodness of Fit index* di hitung dari akar kuadrat nilai *average communality index* dan *average R-Square*. Nilai *communality* yang direkomendasikan adalah 0.50 dan nilai *GoF Small* adalah 0.10, *GoF Medium* adalah 0.25, *GoF Large* adalah 0.36 (Ghozali, 2015:82).

3.5.2.3 Pengujian hipotesis

Setelah mengevaluasi *Outer Model* dan *Inner Model*, selanjutnya melakukan uji hipotesis. Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis harus dibuktikan melalui data yang terkumpul (Sugiyono, 2017:159).

H1: Diduga Harga (HG) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (KP)

$H_{10}: \beta_1 = 0$ Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

$H_{1a}: \beta_1 \neq 0$ Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kriteria:

H_0 di tolak jika *p-values* lebih kecil dari 0.05.

H_0 di terima jika *p-values* lebih besar atau sama dengan 0.05.

H2: Diduga Fasilitas (FS) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (KP)

$H_{20}: \beta_2 = 0$ Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

$H_{2a}: \beta_2 \neq 0$ Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kriteria:

H_0 di tolak jika *p-values* lebih kecil dari 0.05.

H_0 di terima jika *p-values* lebih besar atau sama dengan 0.05.

H3: Diduga Kualitas Pelayanan (KL) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (KP)

$H_{30}: \beta_3 = 0$ Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

$H_{3a}: \beta_3 \neq 0$ Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kriteria:

H_0 di tolak jika *p-values* lebih kecil dari 0.05.

H_0 di terima jika *p-values* lebih besar atau sama dengan 0.05.