

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif. Strategi penelitian asosiatif adalah suatu metode dalam meneliti suatu obyek yang tujuannya untuk mengukur apakah terdapat pengaruh antara variabel independen kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), dan lokasi (X_3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan di Senadi Kopi (Y).

Strategi penelitian ini menggunakan metode survei sebagai bagian dari penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian survei dengan pengamatan langsung dan menyebarkan kuesioner yang dilakukan untuk pengambilan data dari sampel, sehingga di temukan pengaruh antar variabel.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah himpunan yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti bertujuan dipelajari dan kemudian dapat ditarik sebuah kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Senadi Kopi Jakarta.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:81) menyatakan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dan berdasarkan ciri-ciri yang sekiranya memiliki hubungan erat dalam hal kriteria yang digunakan dalam penelitian ini. Responden yang diinginkan dalam penelitian ini adalah

konsumen yang baru datang dan yang sudah pernah datang dan melakukan pembelian ke Senadi Kopi Jakarta.

Untuk penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus (Arikunto:2013:203), dengan jumlah populasi berukuran besar dan tidak diketahui.

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

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

$$= 96,04$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z= Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel sebesar 95%

Moe= *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi, ditentukan sebesar 10%

Dari hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96,04 responden dan dibulatkan menjadi sebanyak 100 responden, dikarenakan jumlah populasi yang terwakili semakin banyak sehingga kekuatan statistik semakin baik.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Adapun jenis data dalam metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penulisan ini, yaitu menggunakan dua teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2013:224) :

1. Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang langsung didapat dan disajikan sebagai sumber dari penelitian dan pengamatan secara langsung pada objek atau perusahaan tempat penulis melakukan penelitian, dimana dilakukan dengan cara penelitian lapangan melalui observasi, wawancara, dan kuisioner yang peneliti lakukan di Senadi Kopi Jakarta.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari luar obyek penelitian. Untuk memperoleh beberapa data sekunder yang diperlukan, peneliti membaca, mengutip dan mengumpulkan beberapa teori yang berkaitan dengan judul penelitian sebagai acuan serta referensi tambahan peneliti dalam mempelajari teori melalui media jurnal yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, buku, dan internet.

Prosedur dalam pengambilan data kuisisioner ini dengan menyebarkan kuisisioner secara online dan melakukan observasi kepada para pelanggan di Senadi Kopi Jakarta. Peneliti mendatangi secara langsung kepada pelanggan yang datang dan membeli produk di Senadi Kopi, lalu peneliti meminta izin untuk menyebarkan kuisisioner kepada pelanggan tersebut. Setelah itu pelanggan mengisi kuisisioner yang dimana sudah di sediakan oleh peneliti. Penelitian ini membutuhkan waktu 2 bulan yaitu antara bulan november-desember 2020.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen, yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, dan kepuasan pelanggan. Operasional variable merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variable dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan suatu operasional untuk mengukur variable tersebut yang akan dijadikan sebagai indikator dalam pembuatan kuisisioner.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Cara Ukur	Alat Ukur	Hasil Ukur	Skala Ukur
1	Kepuasan Pelanggan	Terdapat 5 dimensi untuk mengukurnya yaitu melakukan pembelian ulang, kesediaan untuk merekomendasikan, kurang mempedulikan produk pesaing, membeli produk lain dari perusahaan yang sama, dan menawarkan ide produk atau jasa kepada konsumen.	Menyebarkan kuisioner online	kuisioner	1 = pelanggan puas, apabila ke-5 dimensi terpenuhi 2 = pelanggan tidak puas, apabila ada salah satu dari ke-5 dimensi tidak terpenuhi (Tjiptono,2014)	Ordinal
2	Kualitas Pelayanan	terdapat 5 dimensi yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.	Menyebarkan kuisioner online	Kuisioner	1 = kualitas pelayanan baik, apabila ke-5 dimensi terpenuhi 2 = kualitas pelayanan buruk, apabila ada salah satu dari ke-5 dimensi tidak terpenuhi (Kotler dan Keller, 2012)	Ordinal

3	Fasilitas	sarana yang diberikan untuk menciptakan kenyamanan dan menjalankan fungsinya dengan baik	Menyebarkan kuis online	Kuis online	1 = fasilitas baik, apabila faktor kebutuhan dan kenyamanan terpenuhi 2 = fasilitas tidak baik, apabila faktor kebutuhan dan kenyamanan tidak terpenuhi (Tjiptono,2012)	Ordinal
4	Lokasi	lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, mudah, dan dapat menarik sejumlah besar konsumen	Menyebarkan kuis online	Kuis online	1 = lokasi strategis, apabila semua instrument terpenuhi 2 = lokasi tidak strategis, apabila ada salah satu instrument yang tidak terpenuhi (Tjiptono,2016)	Ordinal

Variabel *independent* dan *dependent* yang diukur dan dijabarkan ke dalam beberapa indikator sebagai titik menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner dalam penelitian di bawah ini :

Tabel 3.2 Indikator Penelitian Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kehandalan (<i>realibility</i>)	- Karyawan melayani pelanggan dengan baik dalam pembayaran	1
		- Konsumen mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapan	2
	Daya Tanggap (<i>responsivitas</i>)	- Karyawan dapat membantu segala kesulitan konsumen	3
		- Mampu melayani konsumen dengan cepat dan tanggap	4
	Jaminan (<i>assurance</i>)	- Perusahaan memberikan jaminan agar konsumen merasa aman	5
		- Karyawan mengetahui bagaimana cara melayani pelanggan	6
	Empati (<i>empathy</i>)	- Perusahaan mengkomunikasikan semua informasi dengan baik dan lengkap	7
		- Kemudahan dalam mengakses informasi mengenai perusahaan	8
	Bukti fisik (<i>tangible</i>)	- Memberikan fasilitas yang dapat membuat pelanggan tertarik	9
		- Karyawan menggunakan bahasa yang baik dalam berkomunikasi	10

Sumber : Kotler dan Keller (2012)

Tabel 3.3. Indikator Penelitian Fasilitas

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Fasilitas (X ₂)	Perencanaan aspek spasial	- Fasilitas aspek spasial di pertimbangkan sesuai dengan kenyamanan pelanggan	11
		- Fasilitas aspek spasial di kembangkan sesuai dengan keinginan pelanggan	12
	Perencanaan kembangan ruangan	- Fasilitas di tempatkan sesuai dengan fungsinya	13
		- Fasilitas ruangan di design secara menarik	14
	Perlengkapan dan peralatan	- Fasilitas perlengkapan dan peralatan membantu menghibur pelanggan	15
		- Fasilitas perlengkapan dan peralatan berfungsi dengan semestinya	16

Sumber : Tjiptono (2012)

Tabel 3.4. Indikator Penelitian Lokasi

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Lokasi (X ₃)	Akses	- Lokasi café mudah di jangkau oleh transportasi umum	17
		- Jalan untuk pelanggan menuju café mudah dilalui	18
	Lalu-lintas (<i>traffic</i>)	- Kemacetan dan kepadatan lalu lintas di sekitar cafe menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan	19

		- Keputusan pembelian pelanggan terjadi tanpa perencanaan atau spontan	20
	Tempat Parkir	- Tempat parkir yang disediakan cukup luas	21
		- Pelanggan merasa aman memarkirkan kendaraannya di tempat parkir	22
	Lingkungan	- Lingkungan sekitar café mendukung jasa yang ditawarkan	23
		- Lingkungan sekitar café membuat pelanggan merasa nyaman	24
	Kompetisi	- Banyak pesaing yang kompeten di sekitar daerah cafe	25
		- Strategi perusahaan menghadapi para pesaing sudah tepat	26

Sumber : Tjiptono (2016)

Tabel 3.5. Indikator Penelitian Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pembelian Ulang	- Pelanggan yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang	27
	Rekomendasi	- Setelah merasa puas pelanggan akan merekomendasikan café kepada orang lain	28

	Mengabaikan produk dari perusahaan lain	- Pelanggan tidak tertarik untuk membeli produk yang sama dari perusahaan yang lain (pesaing)	29
	Membeli produk lain	- Pelanggan akan melakukan pembelian produk lain yang ada di cafe	30
	Menawarkan ide baru	- Pelanggan akan bersedia memberikan ide-ide baru demi kemajuan perusahaan	31

Sumber : Tjiptono (2014)

3.5 Metode Analisi

1. Pengolahan Data

Pengolahan data didalam penelitian ini menggunakan program program SPSS (*Statistical Package the Social Scinences*) versi 23.0 dan manual. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam mengelola data statistik agar dapat lebih cepat dan tepat.

2. Cara Penyajian Data

Setelah data diolah, kemudian diperoleh hasil atau output dari operasi perkalian, penjumlahan, pembagian, pengakaran, pemangkatan, serta

pengurangan. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel agar dapat dengan mudah di baca dan dipahami

3. Alat Analisi Data

Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

A. Analisis Univariat

Analisis univariat digunakan untuk menggambarkan karakteristik dari masing-masing variabel dependen dan independen. Variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan serta variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi.

B. Analisi Bivariat

Analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis data menggunakan uji *chi-square* dikarenakan variabel

independen dan dependen dalam penelitian ini merupakan data kategorik. Pengolahan data dilakukan dengan perangkat komputer dengan menggunakan CI 95% dan derajat kemaknaan 5% hubungan antara dua variabel dilihat berdasarkan nilai P value, jika P value $\leq 0,05$ maka dapat diartikan data sampel mendukung adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sebaliknya, apabila P value $> 0,05$ artinya sampel tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Tetapi dalam penggunaan uji chi-square terdapat beberapa aturan yaitu (Idrus, 2019):

- a. Bila pada tabel 2x2 dijumpai sel dengan ekspektasi (harapan) lebih kecil dari 5 maka nilai P yang digunakan adalah pada baris *Fisher's Exact Test*.
- b. Bila pada tabel 2x2 tidak terdapat nilai ekspektasi lebih kecil dari 5 maka nilai P yang digunakan adalah pada baris *Continuity Correction*.
- c. Bila tabel nya lebih dari 2x2 makan gunakan *Pearson Chi-Square*.

C. Hipotesis Penelitian

1. Ada hubungan beda proporsi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Senadi Kopi Jakarta.
2. Ada hubungan beda proporsi antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan di Senadi Kopi Jakarta
3. Ada hubungan beda proporsi antara lokasi dengan kepuasan pelanggan di Senadi Kopi Jakarta.
4. Ada hubungan beda proporsi antara kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi dengan kepuasan pelanggan di Senadi Kopi Jakarta.