

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan adalah strategi asosiatif, yaitu strategi penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan kualitas produk (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) yang merupakan variabel terikat.

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 untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik sebuah kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Kafe Balai Kopmil Bekasi Utara. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui.

3.2.2. Sampling dan sampel penelitian

Menurut Sugiyono (2014:81), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan tipe purposive sampling, yang artinya responden dipilih secara sengaja atau khusus dengan pertimbangan tertentu dan berdasarkan ciri-ciri yang sekiranya memiliki hubungan erat dengan kriteria yang diinginkan dalam penelitian ini. Responden yang diinginkan dalam penelitian ini adalah konsumen

sudah pernah datang dan melakukan pembelian sebanyak 2 kali atau lebih di Kafe Balai Kopmil. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang mengkonsumsi minuman Kafe Balai Kopmil Bekasi Utara, dengan kriteria usia minimal 17 tahun. Dengan usia yang sudah dewasa diharapkan responden dapat membuat penilaian secara obyektif mengenai pernyataan dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel peneliti.

Tabel 3.1 Data Pembeli Kafe Balai Kopmil Bekasi Utara Tahun 2020

No.	Bulan	Jumlah Konsumen (Orang)
1.	Januari	300
2.	Februari	276
3.	Maret	0
4.	April	142
5.	Mei	258
6.	Juni	342
7.	Juli	224
8.	Agustus	296
9.	September	154
10.	Oktober	198
11.	November	271
12.	Desember	358
	Jumlah	2.819 Orang

Sumber: Catatan Data Pembeli Kafe Balai Kopmil (2020)

dari tabel di atas dapat di ketahui bahwa jumlah total keseluruhan konsumen balai kopmil pada tahun 2020 sebanyak 2819. Sementara itu Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh *Slovin*, Menurut Mustafa (2010:90) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=10\%$ adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

$$n = \frac{2819}{1+2819 (0,01)}$$

$$n = \frac{2819}{28,2}$$

$$n = 99,964$$

keterangan:

n = jumlah sample

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan dalam memilih anggota sample yang di tolelir sebesar 10%

hasil dari perhitungan di atas berdasarkan rumus solvin adalah 99,964 maka dapat di simpulkan jumlah sampel yang di ambil sebanyak 100 untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis data

1. Data primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama, yang dikumpulkan peneliti untuk menjawab masalah yang ditemukan dalam penelitian yang didapat secara langsung dari narasumber baik wawancara maupun melalui angket (Sugiyono, 2017: 137). Data primer dalam penelitian ini informasi tentang kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), kualitas produk (X_3), dan kepuasan konsumen (Y) yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Kafe Balai Kopmil Bekasi Utara.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari dokumen perusahaan (Sugiyono, 2017: 137).

3.3.2. Cara pengumpulan data

1. Pengumpulan data primer

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan/ Pernyataan tertulis kepada responden untuk dimintai jawaban tentang kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

2. Pengumpulan data sekunder

Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data yang bersumber dari perusahaan atau pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini dan juga website serta jurnal.

Pengumpulan data yang dipilih dalam proses penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila perlu peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Penelitian ini mengukur variabel bebas terhadap variabel terikat atas perubahan dari setiap penurunan atau peningkatan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat yaitu dengan skala likert. Data yang telah didapatkan diolah dengan skala likert.

Tabel 3.2. Skala likert untuk jawaban kuesioner

No.	Pertanyaan	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2013:107)

Sedangkan variabel-variabel yang diukur dijelaskan dalam beberapa indikator, ini akan dijadikan untuk menyusun item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah komentar. Untuk bisa menetapkan indikator-indikator dari setiap variabel yang diteliti, maka diperlukan wawasan yang luas dan mendalam tentang variabel yang diteliti, dan teori-teori yang mendukung. Penggunaan teori untuk menyusun instrument harus cermat dan teliti mungkin agar diperoleh indikator yang valid. Indikator yang digunakan dapat dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel 3.3. Indikator Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Indikator	Sub Indikator	No.Item
1.	Keandalan	Kecepatan dalam penyajian minuman	1
2.	Ketanggapan	Cepat dan tepat dalam menyampaikan informasi yang jelas	2
3.	Keyakinan	Yakin dengan pelayanan yang diberikan penuh dengan kesopanan	3
4.	Empati	Memberikan bantuan yang diperlukan oleh konsumen	4
5.	Berwujud	Melayani dengan profesional	5

Lupiyoadi (2013:216)

Tabel 3.4. Indikator Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Indikator	Sub Indikator	No.Item
1.	Kemampuan	Kemampuan melayani tidak mengecewakan	6
2.	Sikap	Pelayanan kafe yang sopan dan ramah	7
3.	Perhatian	Menerima kritik saran dari konsumen	8
4.	Tindakan	Cepat dan tanggap dalam melayani permintaan konsumen	9
5.	Tanggung Jawab	Bertanggung jawab atas semua pesanan konsumen	10

Barata (2010:31)

Tabel 3.5. Indikator Variabel Harga

No.	Indikator	Sub Indikator	No.Item
1.	Keterjangkauan Harga	1. Harga yang murah 2. Harga dapat dibeli semua orang	11,12
2.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	1. Harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan 2. Harga pas dengan mutu yang didapat	13,14
3.	Daya saing harga	1. Keunggulan harga 2. Perbandingan harga	15,16
4.	Kesesuaian harga dengan manfaat	1. Harga sesuai dengan pelayanan yang di berikan 2. Harga sesuai dengan manfaat yang di berikan	17,18

Kotler & Armstrong dalam Sabran (2012:77)

Tabel 3.6. Indikator Variabel Kualitas Produk

No.	Indikator	Sub Indikator	No.Item
1.	Kinerja	1. Kecepatan dalam penyajian minuman. 2. Memberikan kenyamanan kepada konsumen.	19,20
2.	Ciri-ciri	1. Karakteristik atau pelengkap	21
3.	Keandalan	1. Kualitas minuman yang diberikan 2. Ketepatan dalam penyajian minuman	22,23
4.	Kesesuaian dengan spesifikasi	1. Minuman sesuai dengan yang dipesan. 2. Minuman yang di sajikan masih fresh. 3. Minuman disajikan aroma kopinya kuat	24,25,26
5.	Daya tahan	Daya tahan suhu minuman selalu terjaga.	27
6.	Kemampuan diperbaiki	Kecepatan penanganan keluhan konsumen terhadap produk yang dipesan langsung diatasi.	28
7.	Estetika	Wadah produk minuman bentuknya menarik.	29
8.	Kualitas yang dipersepsikan	1. Citra dan reputasi produk serta tanggung jawab kafe balaikopmil kepada konsumen.	30

Tjiptono (2010: 25-26)

Tabel 3.7. Indikator Variabel Kepuasan Konsumen

No.	Indikator	Sub Indikator	No.Item
1.	Harapan	Konsumen membeli kembali produk	31
2.	Kinerja	1.konsumen memiliki kesan puas terhadap kinerja yang diberikan kafe balai kopmil 2. konsumen memiliki kesan puas terhadap produk setelah di konsumsi	32,33
3.	Perbandingan	1. Produk yang berbeda dari pesaing 2. Menciptakan tempat yang nyaman berbeda dengan pesaing 3. Pelayanan yang cepat dan tidak membuat konsumen menunggu	34,35,36
4.	<i>Confirmation</i>	Penyajian yang baik dan konsumen mempunyai pengalaman baik di kafe balai kopmil	37

Wilkie pada Rafid Saifudin (2016:83)

Agar kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer maka sebelum digunakan harus dilakukan pengujian terlebih dahulu, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji validitas

Uji validitas dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan tidak valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Syarat minimum suatu item dianggap valid dan tidak valid adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2017:126):

- (1) Jika nilai r -hitung \geq r -kritis (0.30), maka item-item pertanyaan dari koesioner adalah valid.
- (2) Jika nilai r -hitung $<$ r -kritis (0.30), maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

$$r_{hitung} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{(n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) - (n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}} \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan:

r_{hitung} = koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = jumlah responden

X_i = skor pertanyaan setiap nomor

Y_i = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

2. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliable akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program computer SPSS. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan handal (reliabel) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Priyatno, 2014:26).

Koefisien *Alpha Cronbach* (a_t):

$$a_t = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right) \dots\dots\dots (3.4)$$

Keterangan :

k = jumlah butir kuisisioner

it = koefisien keterandalan butir kuesioner

$\sum s_i^2$ = jumlah variansi skor butir yang valid

s_i^2 = variansi total skor butir

Untuk mencari besarnya variansi butir kuisisioner dan variansi total skor butir di gunakan rumus sebagai berikut :

$$S_t^2 = \frac{\sum x_i^2}{n} - \left(\frac{\sum x_i}{n}\right)^2 \dots\dots\dots(3.5)$$

Keterangan :

x_i = jumlah skor setiap butir

$\sum x_i^2$ = jumlah kuadrat skor setiap butir

Menurut Sekaran (2013:68), dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

Jika koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha acceptable (construct reliable)*.

Jika *Cronbach's Alpha* $< 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha poor acceptable (construct unreliable)*.

3.4. Oprasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini telah ditentukan dua variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

1. Variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan kualitas produk (X_3). Dengan penjelasan sebagai berikut :

- (1) Kualitas pelayanan merupakan salah satu ukuran kepuasan konsumen dimana perusahaan akan mempertimbangkan kebijakan mengenai seberapa pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan dibandingkan dengan kepuasan yang diterima oleh para konsumen.
- (2) Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan.
- (3) Kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas

memerlukan suatu proses perbaikan yang terus-menerus, yang dapat diukur, baik secara individual.

2. Variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y). kepuasan pelanggan merupakan persepsi dari satu jenis pengalaman, dimana mereka cenderung menggunakan harapan mereka sebagai standar referensi untuk mengevaluasi.

3.5 Metoda Analisis

3.5.1 Pengolahan data

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

3.5.2 Metoda penyajian data

Dalam penyajian data pada penelitian ini berupa tabel dalam menjelaskan hasil dari penelitian yang akan diuji seperti hasil perhitungan uji validitas dan uji reliabilitas adalah analisis koefisien determinasi (parsial dan simultan).

3.5.3 Alat analisis statistik data

Penelitian ini menggunakan program SPSS dimana kegiatan menghitung data agar dapat disajikan secara sistematis, dan data yang digunakan adalah data primer. Sumber data ini yang nantinya akan mempengaruhi proses analisis data yang akan digunakan. Ada beberapa tahapan dalam analisis data dengan SPSS yaitu sebagai berikut.

1. Koefisien Determinasi (KD)

Digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel X dalam menerangkan kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi parsial di gunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi per variabel X_1 terhadap Y, X_2 terhadap Y, X_3 terhadap Y.

Koefisien determinasi simultan di gunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y secara bersamaan. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai dengan satu. Nilai KD yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, nilai KD yang hampir mencapai angka satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

$$KD = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.6)$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi(KD). Nilai KD merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r^2). Oleh karena itu, dalam pengajuan hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap ρ .

2. Pengujian hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama (dengan uji F). Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut:

(1) Pengaruh X_1 terhadap Y .

Ho: $\rho_{y1.23} = 0$: secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Ha: $\rho_{y1.23} \neq 0$: secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

(2) Pengaruh X_2 terhadap Y .

H0: $\rho_{y2.13} = 0$: secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Ha: $\rho_{y2.13} \neq 0$: secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

(3) Pengaruh X_3 terhadap Y.

$H_0: \rho_{y3.12} = 0$: secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

$H_a: \rho_{y3.12} \neq 0$: secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

Kriteria pengujian:

Jika nilai *significance t* $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai *significance t* $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Menghitung nilai *significance t* diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simultan, sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

Pengaruh X_1 (Kualitas Pelayanan), X_2 (Harga) dan X_3 (Kualitas Produk) terhadap Y (Kepuasan Konsumen).

$H_0: \rho_{y123} = 0$ Secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

$H_a: \rho_{y123} \neq 0$ Secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

3. Kriteria pengujian

Jika nilai *significance F* $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai *significance F* $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4. Menghitung nilai *significance F* diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS

5. Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan mendapatkan hasil H_a diterima dan H_0 ditolak, maka nilai R^2 dapat dipakai untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.