

## **BAB III METODA PENELITIAN**

### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif dengan metoda penelitian kuantitatif. Creswell (2015:66) menyatakan penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan atau dengan kata lain bagaimana pengaruh variabel eksogen (X) dengan variabel endogen (Y). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul datanya.

### **3.2. Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1. Populasi penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014:80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Cafe Tabanco Coffee. Populasi sasaran yaitu seluruh konsumen Cafe Tabanco Coffee periode Januari 2019.

#### **3.2.2. Sampel penelitian**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Dalam teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *sampling insidental*. Suryani dan Hendriyadi (2015:202) menyatakan *sampling insidental* merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan atau siapa saja yang kebetulan (*insidental*) bertemu dengan peneliti.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besaran sampel dapat dihitung dengan rumus MOE (Sujarweni, 2015:155) sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%  
(maka Z = 1,96 dan  $\alpha = 5\%$ ).

M<sub>oe</sub> = *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi, ditentukan 10%.

Perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 \cdot (0,1)^2} = 96,04 = 97$$

Dengan demikian, berdasarkan penghitungan rumus diatas maka diperoleh n sebesar 96,04. Selanjutnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden, Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda *sampling insidental*.

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

#### 3.3.1. Data

##### 3.3.2.1. Data primer

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder :

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah yang sedang diteliti (Suryani dan Hendriyadi, 2015: 171).

Data primer dalam penelitian ini adalah peneliti melakukan penelitian lapangan. pengambilan data yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari objek penelitian, yaitu pelanggan Cafe Tabanco Coffee yang pernah atau baru pertama datang ke cafe. Dalam hal ini, penelitian menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner.

Sumber data primer dalam penelitian ini seperti yang telah dijelaskan diatas adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Metode atau pendekatan yang dapat dilakukan dalam proses pengumpulan data yang bersifat primer ini menggunakan kuesioner yaitu, Creswell (2015:78) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana partisipan/responden mengisi pernyataan atau menyatakan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti. Sedangkan menurut Sugiyono (2017:89) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Suryani dan Hendriyadi, 2014: 171).

Data sekunder dalam penelitian ini adalah yang dikumpulkan sesuai dengan variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan pelanggan dari berbagai sumber yang dipublikasi.

Untuk mendapatkan gambaran mengenai kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan pelanggan peneliti membaca yang dijadikan referensi. Dalam pencarian teori, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari buku, jurnal, internet, dan sumber-sumber lainnya yang telah terpublikasi dan yang sesuai penelitian sebagai bahan rujukan peneliti.

### 3.3.3. Metoda Pengumpulan Data

#### 3.3.3.1. Pengumpulan data primer

Peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden dan bentuk, kata-kata, dan urutan pernyataan akan mempengaruhi respons. Pernyataan tertutup yaitu menspesifikasikan semua kemungkinan jawaban dan memberikan jawaban yang lebih mudah untuk diinterpretasikan dan dihitung. Pernyataan terbuka memungkinkan responden untuk menjawab pernyataan dengan kata-kata mereka sendiri dan sering kali lebih mengungkapkan cara berfikir seseorang. Kuesioner tersebut dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Penelitian ini diukur dengan *skala likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017:136). Data kualitatif kuesioner penelitian kemudian dikuantitatifkan dengan cara di ubah menjadi angka skor (Tabel 3.1). Jawaban dari pernyataan itu yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

**Tabel 3.1.** Bobot Nilai Skala Likert untuk Instrumen Penelitian

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

*Sumber: Sugiyono, (2017:93)*

Proses pembuatan kuesioner tersebut, peneliti mengumpulkan data dari indikator variabel-variabel yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan pelanggan. Kemudian indikator-indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian (Lampiran 1) dapat dilihat pada Tabel 3.2 - 3.5.

**Tabel 3.2.** Indikator dan Sub Indikator Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Indikator	Sub Indikator	No. Item	Kode
Tangible (Bukti Fisik)	1. Kerapihan penampilan karyawan	1	KP1
	2. Sajian menu yang menarik	2	KP2
	3. Kebersihan ruangan	3	KP3
Emphaty (Empati)	1. Perhatian secara personal oleh karyawan	4	KP4
	2. Kesediaan karyawan membantu kesulitan pelanggan	5	KP5
Responsiveness (Daya Tanggap)	1. Karyawan menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat	6	KP6
	2. Kesediaan karyawan menanggapi keluhan pelanggan	7	KP7
Realibility (Keandalan)	1. Pelayanan sesuai dengan promo yang diberikan	8	KP8
	2. Keahlian karyawan dalam menggunakan mesin kopi	9	KP9
Assurance (Jaminan)	1. Adanya sertifikasi halal	10	KP10
	2. Menggunakan kopi asli	11	KP11

Sumber: *Tjiptono dan Chandra (2016:174)*

**Tabel 3.3.** Indikator dan Sub Indikator Variabel harga ( $X_2$ )

Indikator	Sub Indikator	No. Item	Kode
Harga terjangkau	Harga sesuai dengan kemampuan beli konsumen	12	HG1
Kesesuaian harga	Harga sesuai dengan kualitas yang diberikan	13	HG2
Daya saing harga	Harga yang kompetitif dari pesaing	14	HG3
Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan manfaat yang didapat konsumen	15	HG4

Sumber: *Kotler dan Armstrong (2016:278)*

**Tabel 3.4.** Indikator dan Sub Indikator Variabel Fasilitas (X<sub>3</sub>)

Indikator	Sub Indikator	No. Item	Kode
Perancang Ruang	1. Layout ruangan yang menarik	16	FS1
	2. Desain interior yang menarik	17	FS2
Perlengkapan	1. Ketersediaan wifi yang berfungsi dengan baik	18	FS3
	2. Ketersediaan permainan didalam ruangan	19	FS4
	3. Ketersediaan toilet dan wastafel yang bersih	20	FS5
Tata cahaya	Penerangan ruangan yang baik	21	FS6
Warna	Perpaduan warna yang menarik	22	FS7

Sumber: *Tjiptono dan Chandra (2016:148)*

**Tabel 3.5.** Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Indikator	Sub Indikator	No. Item	Kode
Kesesuaian Harapan	1. Produk sesuai dengan yang diharapkan	23	KPS1
	2. Pelayanan sesuai dengan yang diharapkan	24	KPS2
Minat Berkunjung kembali	1. Berkunjung kembali karena fasilitas yang memadai	25	KPS3
	2. Berkunjung kembali karena suasana cafe yang nyaman	26	KPS4
Kesediaan Merekomendasikan	1. Merekomendasikan kepada teman karena pelayanan memuaskan	27	KPS5
	2. Merekomendasikan kepada teman karena produk sesuai dengan manfaat	28	KPS6

Sumber: *Kotler dan Keller (2016:140)*

Dengan menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran ini yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, tidak setuju bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada pada pernyataan tersebut.

Pernyataan–pernyataan dalam kuesioner ini diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

### 1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kriteria pengujian yaitu apabila nilai validitas ( $r_{hitung}$ ) lebih besar atau sama dengan 0,3 ( $r_{kritis}$ ) dan sebaliknya dikatakan tidak apabila nilai validitas lebih kecil dari 0,3.

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

Keterangan :

$r_{hitung}$  = Koefisien validitas butir pernyataan

n = Jumlah sampel (responden)

X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang terhadap kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi tidak terdapat perubahan psikologis pada responden. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan One Shot Method dengan uji statistik Cronbach' Alpha ( $\alpha$ ) dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2016:43), yaitu jika koefisien Cronbach Alpha  $> 0,6$  ( $r_{kritis}$ ) maka pertanyaan dinyatakan andal. Sebaliknya jika koefisien Cronbach Alpha  $\leq 0,6$  maka pertanyaan dinyatakan tidak handal.

#### 3.3.3.2. Pengumpulan data sekunder

Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini menggunakan metoda dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan informasi melalui internet, buku

manajemen dan jurnal penelitian terdahulu untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan indikator dari variabel : kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) sebagai variabel *independent*, dan kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel *dependent*.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dinamakan variabel karena ada variasinya. Untuk dapat bervariasi, maka penelitian harus didasarkan pada sekelompok sumber data atau objek yang bervariasi. Variabel merupakan konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Dengan demikian peneliti akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu *independent variabel* (bebas) dan *dependent variabel* (terikat).

#### 1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas atau variabel X merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas atau variabel pengaruh dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan fasilitas ( $X_3$ ).

Untuk mengukur variabel bebas pada penelitian ini peneliti menggunakan indikator untuk masing masing variabel :

- (1) Variabel kualitas pelayanan menggunakan indikator : bukti fisik, empati, daya tanggap, keandalan, dan jaminan.
- (2) Variabel harga menggunakan indikator : harga terjangkau, kesesuaian harga, daya saing harga, kesesuaian harga dan manfaat.
- (3) Variabel fasilitas menggunakan indikator : perancang ruangan, perlengkapan tata cahaya dan warna.

#### 2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau



yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (*Independent*). Dalam penelitian ini variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y).

Untuk mengukur variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan, peneliti menggunakan indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

### **3.5. Metoda Analisis Data**

#### **3.5.1. Pengolahan data**

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan metode PLS (*Parsial Least Square*) menggunakan *software* SmartPLS (3.0). Menurut Ghazali dan Latan (2015:34) PLS (*Parsial Least Square*) merupakan metoda analisis data untuk digunakan mengukur skala tertentu dengan jumlah sampel kecil. Model tersebut cocok digunakan dalam penelitian ini karena adanya keterbatasan data (jumlah sampel) yang diteliti, diantaranya adalah jumlah penelitian (sampel) hanya sedikit atau kecil (kurang dari 100). Ada beberapa keunggulan pada metode PLS ini (Ghozali dan Latan, 2015:36), yaitu:

1. Tidak memerlukan asumsi, data tidak harus berdistribusi normal (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama).
2. Dapat diestimasi dengan jumlah sampel yang relatif kecil. Ini sesuai dengan jumlah sampel pada penelitian yang relatif kecil.

#### **3.5.2. 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 dan gambar agar dapat dibaca dengan mudah dan dapat cepat dipahami.

### 3.5.3. Analisis statistik data

#### 3.5.3.1. Analisis Outer Model

Analisis outer model dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (*valid* dan *reliabel*). Analisis outer model untuk indikator reflektif dapat diuji melalui beberapa indikator (Hair *et al.*, 2014:37):

1. *Convergent Validity* Nilai *convergent validity* adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. *Convergent validity* menunjukkan tingkatan sejauh mana hasil pengukuran suatu konsep berkorelasi dengan hasil pengukuran konsep lain yang secara teoritis harus berkorelasi positif. Suatu indikator dikatakan mempunyai reabilitas yang baik, jika nilai *outer loading* di atas 0,7. Sedangkan nilai *outer loading* masih dapat ditolerir > 0,5 bila < 0,5 dikeluarkan dari model. Selain melihat nilai *outer loading*, uji validitas *konvergen* juga dapat dilakukan dengan melihat nilai AVE. Jika nilai AVE diatas 0,5 maka suatu indikator telah memenuhi validitas *konvergen* yang baik.
2. *Discriminant Validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0,7. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari pada ukuran konstruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik dari pada blok lainnya. Cara lain untuk menguji *discriminant validity* adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari *average variance extraced* (AVE) untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.
3. *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*. *Composite Reliability* merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability* > 0,7. Uji realibilitas dengan *composite reliability* di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach alpha*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi *cronbach alpha* apabila memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,6.

### 3.5.3.2. Analisis Inner Model

Analisis inner model dikenal juga sebagai analisa struktural model, yang dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun robust dan akurat. Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi (Hair, 2014:35):

1.  $Q^2$  *Predictive Relevance*. Dalam analisis PLS (*Partial Least Square*),  $Q^2$  menunjukkan kekuatan prediksi model. Nilai  $Q^2$  model sebesar 0,02 menunjukkan model memiliki *predictive relevance* lemah, nilai  $Q^2$  model sebesar 0,15 menunjukkan model memiliki *predictive relevance moderate* dan nilai  $Q^2$  model sebesar 0,35 menunjukkan model memiliki *predictive relevance* kuat.
2. *R-square* ( $R^2$ ). Nilai  $R^2$  yang diperoleh dapat dikategorikan dalam kategori Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil  $R^2$  sebesar 0,75 , 0,50, 0,25 mengindikasikan bahwa model kuat, moderat dan lemah
3. *Effect Size* ( $f^2$  ). Nilai  $f^2$  yang diperoleh dapat dikategorikan dalam kategori berpengaruh kecil ( $f^2 = 0,02$ ), berpengaruh menengah ( $f^2 = 0,15$ ) dan berpengaruh besar ( $f^2 = 0,35$ ). d. Koefisien determinasi (Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen).
4. Uji Kecocokan Model (*model fit*)  
Uji *model fit* ini digunakan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model dapat dilihat dari nilai SMRM model. Model PLS dinyatakan telah memenuhi kriteria uji *model fit* jika nilai SMRM  $< 0.10$  dan model dinyatakan *perfect fit* jika nilai SRMR  $< 0.08$ .

### 3.5.3.3. Pengujian hipotesis

Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik outer model maupun inner model maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis

digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan PLS (*Partial Least Square*) atas model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan koefisien jalur untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel *exogenous* pada variabel *endogenous* secara parsial maupun simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$

$H_0 : \beta_{X_1Y} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan)

$H_a : \beta_{X_1Y} \neq 0$  (Terdapat pengaruh langsung signifikan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan)

2. Pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$

$H_0 : \beta_{X_2Y} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga pada kepuasan pelanggan)

$H_a : \beta_{X_2Y} \neq 0$  (Terdapat pengaruh yang signifikan harga pada kepuasan pelanggan)

3. Pengaruh  $X_3$  terhadap  $Y$

$H_0 : \beta_{X_3Y} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas pada kepuasan pelanggan)

$H_a : \beta_{X_3Y} \neq 0$  (Terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas pada kepuasan pelanggan)

Untuk menguji variabel *exogenous* dan variabel *endogenous*, dilihat dari nilai *P-value* dibandingkan dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) 5% (0,05), dengan kriteria :

$H_0$  ditolak, jika  $P\text{-value} < 0,05$  dan

$H_0$  diterima, jika  $P\text{-value} \geq 0,05$