

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian, hal yang terpenting adalah dalam menentukan metode penelitian yang dipilih. Terdapat dua jenis pendekatan penelitian yaitu Kuantitatif dan Kualitatif. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, menurut Sugiyono (2017 : 8) metode penelitian kuantitatif dapat dideskripsikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

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

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

Menurut Silaen (2018:87) populasi merupakan keseluruhan dari objek atau individu yang memiliki karakteristik atau sifat – sifat tertentu yang akan diteliti. Populasi juga disebut universe yang berarti bisa berupa benda hidup dan benda mati. Populasi umum pada penelitian ini adalah pelanggan Kedai Kopi Lain Hati Rawamangun. Karena keseluruhan pelanggan sulit diketahui maka dalam penelitian ini menentukan populasi sasaran pelanggan dari data perkiraan pembelian periode bulan Juni sampai dengan bulan Oktober tahun 2020 sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Pelanggan Kedai Kopi Lain Hati Rawamangun periode bulan Juni s/d oktober tahun 2020.**

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
1	Juni	1.300
2	Juli	1.320
3	Agustus	1.200

4	September	1.400
5	Oktober	1.500
<b>Jumlah</b>		<b>6.720</b>

Sumber : Kedai Kopi Lain Hati Rawamangun (2020)

### 3.2.2. Sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambilnya dengan cara tertentu dan diukur atau diamati karakteristiknya (Silaen, 2018: 87). Dalam penelitian ini sampel diambil dengan sedemikian rupa agar memperoleh sampel yang benar dan dapat berfungsi bahkan menggambarkan hasil sampel yang real (sebenarnya) dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sebesar 10% dengan tingkat kebenaran 90%.

Populasi (N) sebanyak 6.720 pelanggan, dengan asumsi tingkat error (e) = 10% maka jumlah sampel adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{6.720}{1 + 6.720(10\%)^2} = 98,53 \text{ dibulatkan } 100$$

Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 orang pelanggan kedai kopi Lain Hati Rawamangun yang melakukan pembelian dari bulan Juni s/d Oktober 2020 sebagai unit analisis penelitian yang akan dilakukan.

Dalam penelitian yang dilakukan untuk menentukan subjek penelitian dengan menggunakan purposive sampling. Menurut Sugiyono (2017) purposive sampling merupakan teknik pengambilan data dengan mempertimbangkan suatu hal tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Responden merupakan pelanggan kedai kopi Lain Hati Rawamangun yang melakukan pembelian lebih dari satu kali
2. Responden merupakan pelanggan yang berkunjung ke kedai kopi Lain Hati Rawamangun periode bulan Juni s/d Oktober 2020
3. Responden merupakan pelanggan yang berusia  $\geq 17$  tahun.

Kuisoner disebarakan selama  $\pm 2$  minggu, dari tanggal 18 November s/d 2 Desember 2021. Penyebaran Kuisoner menggunakan *google form* melalui email dengan tahapan sebagai beriku :

1. Membuat Google Docs untuk kuesioner. Langkah pertama, peneliti mengakses situs dengan alamat <https://docs.google.com/forms/>. Ketik URL tersebut dan tekan tombol enter di keyboard masing-masing. Peneliti dialihkan menuju homepage yang berisi template kosong dan template jadi yang dapat digunakan untuk memulaipembuatan kuesioner.
2. Isi Form di Google Docs Setelah berhasil mengakses tahapan pertama pembuatan google form, selanjutnya peneliti memulai pembuatan dengan cara mengisi kuesionerkuesioner penelitian pada form sesuai kebutuhan. Google menyediakan template kosong dan beberapa template pilihan yang telah disediakan.
3. Melihat Tanggapan Responden Untuk melihat jawaban dari responden, peneliti menuju tombol responses atau tanggapan yang terletak di samping fitur pembuat pertanyaan tadi. Selain itu peneliti Google Docs untuk kuesioner ini dapat mengunduh hasil tanggapan melalui tampilan Spreadsheet.

Setelah diperoleh tanggapan responden atas kuesioner yang disebarakan, maka peneliti melakukan langkah-langkah yaitu mentabulasikan jawaban responden sesuai

dengan skor skala likert yang digunakan. Kemudian data diolah sesuai dengan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

### **3.3. Data dan Data Pengumpulan Data**

#### **1. Data Primer**

Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data. Dalam penelitian untuk mendapat data primer dengan cara menyebarkan kuisioner dengan pelanggan kedai kopi Lain Hati Rawamangun.

#### **2. Data sekunder**

Data sekunder merupakan data yang tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data disebut data sekunder, biasanya dalam bentuk file dokumen atau melalui orang lain (Sugiyono, 2018:213). Biasanya peneliti mendapatkan tambahan data melalui buku, jurnal, artikel berita, dan penelitian terlebih dahulu. Data sekunder merupakan data pendukung untuk penelitian yang sedang dilakukan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui survei atau penelitian secara datang langsung kelapangan. Dalam memperoleh data yang diperlukan pada survei atau penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu angket/kuisioner. Kuisioner berisikan pertanyaan yang didasari oleh kisi-kisi instrumen/indikator variabel dan diajukan kepada responden dalam bentuk pertanyaan pilihan ganda (tertutup).

Menurut Sugiyono (2016:143) pertanyaan tertutup (closed-end) adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia. Sehingga responden hanya memilih satu jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia. Kuisioner dengan pertanyaan tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket/kuisioner yang telah terkumpul. Pada pengolahan data

tabulasi dan penghitungan hasil survei dengan menggunakan program SPSS dapat berguna untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen.

Skala pengukuran dalam penelitian ini merupakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018: 93) “skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Kuisoner menggunakan skala likert dengan bentuk ceklis. Variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel lalu indikator tersebut dijabarkan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Angka – angka likert dalam pengukuran skala likert sebagai berikut:

**Tabel 3. 2** Skala Likert

Bobot / Skor Nilai	Penilaian
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Setuju (S)
4	Sangat Setuju (SS)

Sumber : Sugiyono (2016:93)

### **3.4. Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono operasional variabel (2018:39) adalah suatu proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor. Operasional variabel dalam penelitian ini adalah

**Tabel 3. 3** Operasionalisasi Variabel Harapan Pelanggan pada Penelitian

<b>No</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No. Item</b>
1	<i>Reability</i> (Reabilitas)	Proses pemesanan yang mudah	1
		Karyawan dapat melayani pelanggan dengan tepat	2
		Kecepatan penyajian pesanan	3
		Rasa makanan dan minuman yang konsisten	4
		Kecepatan saat proses pembayaran	5
2	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Karyawan cepat merespon ketika dipanggil	6
		Kesigapan karyawan menangani keluhan	7
		Karyawan menyampaikan informasi tentang promo, diskon dan pembayaran secara jelas	8
		Karyawan bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan	9
3	<i>Assurance</i> (Asuransi)	Makanan dan minuman yang disajikan higienis	10
		Ketersediaan makanan dan minuman yang dijual	11
		Kebersihan peralatan makan	12
		Ketersediaan dan keamanan parkir kendaraan	13
4	<i>Emphaty</i>	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	14

	(Empati)	Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	15
		Kesungguhan karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan	16
		Waktu beroperasi yang nyaman	17
		Kesediaan karyawan mendengarkan dan menerima keluhan pelanggan	18
5	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Kebersihan dan kerapian karyawan	19
		Kebersihan area kedai kopi	20
		Ketersediaan jumlah meja di kedai kopi	21
		Suhu ruangan yang nyaman	22

Sumber: Tjiptono & Chandra (2016:232)

**Tabel 3. 4** Operasionalisasi Variabel Persepsi Pelanggan pada Penelitian

No	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1	<i>Reability</i> (Reabilitas)	Proses pemesanan yang mudah	1
		Karyawan dapat melayani pelanggan dengan tepat	2
		Kecepatan penyajian pesanan	3
		Rasa makanan dan minuman yang konsisten	4
		Kecepatan saat proses pembayaran	5
2	<i>Responsiveness</i>	Karyawan cepat merespon ketika dipanggil	6

	(Daya Tanggap)	Kesigapan karyawan menangani keluhan	7
		Karyawan menyampaikan informasi tentang promo, diskon dan pembayaran secara jelas	8
		Karyawan bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan	9
3	<i>Assurance</i> (Asuransi)	Makanan dan minuman yang disajikan higienis	10
		Ketersediaan makanan dan minuman yang dijual	11
		Kebersihan peralatan makan	12
		Ketersediaan dan keamanan parkir kendaraan	13
4	<i>Emphaty</i> (Empati)	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	14
		Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	15
		Kesungguhan karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan	16
		Waktu beroperasi yang nyaman	17
		Kesediaan karyawan mendengarkan dan menerima keluhan pelanggan	18
5	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Kebersihan dan kerapian karyawan	19
		Kebersihan area kedai kopi	20
		Ketersediaan jumlah meja di kedai	21



		kopi	
		Suhu ruangan yang nyaman	22

Sumber: Tjiptono & Chandra (2016:232)

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

#### **1.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini diuji dengan uji validitas dan realibitas instrumen penelitian (Ghozali, 2015:52). Instrumen sebagai alat ukur untuk pengumpul data merupakan suatu yang sangat penting berkaitan dengan kualitas data. Oleh karenanya instrumen sebagai alat pengumpul data harus valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Sedangkan instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Penggunaan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Instrumen yang valid dan reliabel belum tentu akan menghasilkan data yang valid dan reliabel. Hal ini masih dipengaruhi oleh kondisi yang diteliti, peneliti harus mampu mengendalikan objek yang diteliti dan meningkatkan kemampuan dalam menggunakan instrumen untuk mengukur variabel yang diteliti.

##### **3.5.1.1 Uji Validitas**

Menurut Ghozali (2017:52) dalam menentukan valid atau tidaknya suatu kuisoner membutuhkan uji validitas. Dalam penelitian yang dilakukan kuisoner dikatakan valid atau tidaknya jika pertanyaan pada kuisoner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Uji validitas dilakukan dengan

membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel.

Kriteria :

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka kuesioner valid
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka kuesioner tidak valid

### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2018:45). Jika suatu pernyataan dalam kuisoner itu stabil atau konsisten tidak berubah – rubah maka kuisoner itu bisa disebut reliabel.

Menurut Ghozali (2018:46) yaitu jika koefisien Cronbach Alpha  $> 0,70$  maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien Cronbach Alpha  $< 0,70$  maka pertanyaan dinyatakan tidak andal. Tingkatan dalam reliabilitas dapat diukur dengan skala 0 sampai dengan 1, jika skala itu dikelompokkan dalam lima bagian dengan *range* yang berbeda – beda ialah sebagai berikut :

**Tabel 3. 5** Tingkat Reabilitas

<b>Koefisien Reabilitas</b>	<b>Kriteria</b>
$> 0,9$	Sangat Reliabel
$0,7 - 0,9$	Reliabel
$0,4 - 0,7$	Cukup Reliabel
$0,2 - 0,4$	Kurang Reliabel
$< 0,2$	Tidak Reliabel

Sumber: Imam Ghozali (2018)

### 3.5.2 Metode Servqual

Sesudah diperolehnya skor penilaian tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari responden maka kedua tingkatan tersebut dibandingkan untuk mengetahui tingkat kesesuaian yang diharapkan responden tersebut. Tingkatan tersebut digunakan untuk menentukan urutan prioritas atribut yang harus diperbaiki karena hal tersebut sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Data yang akan diolah berasal dari kuisioner yang akan disebarakan tentang persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di kedai kopi Lain Hati Rawamangun dengan menjumlahkan nilai harapan (Y) dan persepsi (X) dari setiap atribut seluruh responden, kemudian dihitung rata-ratanya (Y) dan (X).

$$\bar{x} = \frac{Xi}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

Keterangan :

$\bar{x}$  = Nilai rata – rata tingkat persepsi

$\bar{Y}$  = Nilai rata – rata tingkat harapan

$n$  = Jumlah responden

Menggunakan kesenjangan / GAP antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan.

$$Nsi = \bar{Xi} - \bar{Yi}$$

Keterangan :

Nsi = Nilai servqual (GAP) tiap atribut

Menghitung rata-rata dari seluruh kesenjangan (gap) seluruh atribut tiap dimensi:

$$\overline{NSij} = \frac{NS}{A}$$

Keterangan :

$\overline{NSij}$  = nilai rata-rata servqual/GAP per atribut tiap dimensi

A = banyaknya atribut tiap dimensi

Dengan menjumlahkan hasil perhitungan nilai kepuasan setiap per dimensi lalu disimpulkan n dengan ketentuan, nilai kepuasan negatif ( $< 0$ ) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen, sebaliknya bila nilai kepuasan positif ( $> 0$ ) menunjukkan kualitas pelayanan telah melebihi tingkat kepuasan konsumen. Bila nilai kepuasan sama dengan nol ( $= 0$ ) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan konsumen.

### 3.5.3 Diagram Kartesius

Kepuasan konsumen dapat dianalisis dari dua dimensi, yaitu dari harapan – harapan atas sesuatu dan kenyataan – kenyataan yang diterima konsumen. Berdasarkan dari hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja atau penampilan maka dihasilkan perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja atau pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$TKi = \frac{Xi}{Yi}$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian Responden

Xi = Skor penilaian pelaksanaan layanan

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Lalu sumbu vertikal (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan dan sumbu horizontal (X) merupakan tingkat pelaksanaan layanan. Untuk penyederhanaan rumus maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan rumus:

$$X = \frac{xi}{n} \quad \text{dan} \quad Y = \frac{Yi}{n}$$

Dimana :

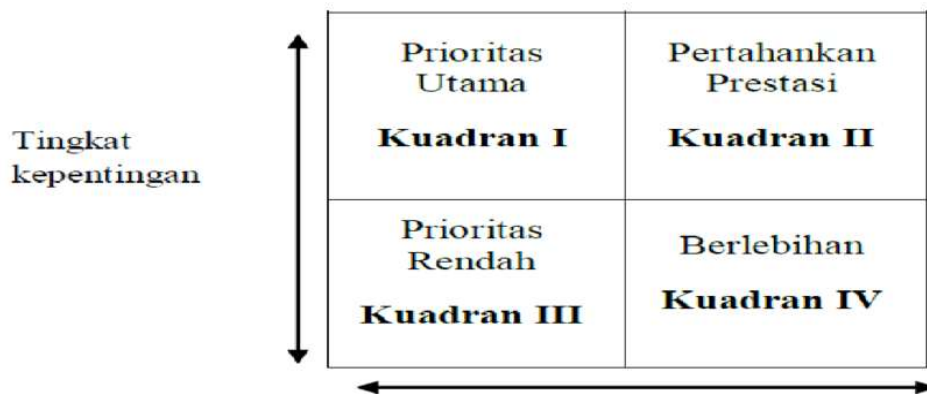
X = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan

Y = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan kepentingan

n = Jumlah responden

Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang terdiri dari empat bagian yang terdapat perpotongan antara titik X dan titik Y. Titik X merupakan garis lurus yang mendatar atau Horizontal, sedangkan titik Y merupakan garis dari atas ke bawah yang biasa disebut Vertikal. Titik X mempunyai keterangan dari rata-rata dari skor tingkat pelaksanaan sedangkan titik Y adalah keterangan dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

**Gambar 3. 1** Diagram Kartesius



Keterangan :

- Kuadran I = Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan lebih rendah dari apa yang diharapkan oleh pelanggan sehingga menimbulkan ketidak puasa yang dirasakan oleh pelanggan dan perusahaan pun harus memperhatikan lalu memperbaiki hal tersebut.
- Kuadran II = Menggambarkan bahwasannya kualitas pelayanan sudah berada diposisi yang diharapkan pelanggan. Sehingga perusahaan harus bisa mempertahankan posisi tersebut.
- Kuadran III = Kuadran ini menjelaskan kualitas pelayanan suatu perusahaan dan harapan dari pelanggan berada di titik terendah. Namun jika dilihat dari tingkat kepuasan konsumen berada pada posisi yang cukup baik.
- Kuadran IV = Dikuadran ini merupakan kebalikan dari Kuadran III yaitu menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan suatu perusahaan berada dititik tinggi, namun tingkat kepuasannya berada dititik yang rendah. Sehingga perusahaan perlu mengurangi hasil yang dicapai agar dapat mengefisiensi sumber daya perusahaan.