

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

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

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif yaitu strategi penelitian Asosiatif yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) lokasi ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Kedai Kopi Janji Jiwa.

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

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016:116) populasi dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu populasi sampling atau populasi penelitian dan populasi sasaran atau target populasi. Dimana populasi sasaran mempunyai ukuran lebih dari pada ukuran populasi sampling. Populasi sampling adalah unit analisis yang memberikan keterangan atau data yang diperlukan oleh suatu studi atau penelitian. Sedangkan populasi sasaran adalah seluruh unit analisis yang berada dalam wilayah penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan dalam penelitian ini populasinya adalah para pelanggan yang melakukan pembelian di Kedai Kopi Janji Jiwa sehingga jumlah populasi tidak diketahui.

Populasi pada penelitian ini diantaranya :

1. Populasi umum adalah semua konsumen di Kedai Kopi Janji Jiwa pada periode September 2021. Pria atau wanita yang berusia minimal 15 tahun karena usia dianggap mampu memahami pernyataan-pernyataan yang diberikan dalam kuesioner

2. Populasi sasaran adalah konsumen pada Kedai Kopi Janji Jiwa yang pernah melakukan pembelian sebanyak 3 kali atau lebih. Pada penelitian ini ukuran sampel yang layak antara 30 sampai 500. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah sampel setiap kategori minimal 30.
3. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 sampai dengan 20.

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:81) sampel adalah 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 tersebut. Elemen populasi homogen artinya populasi tersebut mempunyai kriteria yang sama, sehingga tidak perlu mempersoalkan berapa banyak jumlah ukuran sampel harus diambil, penelitian terhadap seluruh elemen dalam populasi menjadi tidak masuk akal, dan apabila keadaan populasi adalah homogen, maka dapat menggunakan sampel yang lebih kecil (Sekaran, 2016: 252).

Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan Cochran (Sugiyono, 2019:136) :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,4 = 97 \text{ orang}$$

Keterangan :

$n$  = sampel

$z$  = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

$p$  = peluang benar 50% = 0,5

$q$  = peluang salah 50% = 0,5

$e$  = margin error 10%

Dari hasil diatas 96,04 merupakan pecahan dan menurut Sugiyono (2019:143) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 orang responden.

Definisi teknik purposive sampling menurut Sugiyono (2016:85) merupakan teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Kemudian bahwa responden dipilih secara sengaja khusus dengan pertimbangan tertentu berdasarkan ciri-ciri yang dipandang dan mempunyai pengaruh dengan kriteria yang diinginkan. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah melakukan menggunakan jasa minimal tiga kali pada usaha Kopi Janji Jiwa, Rawamangun. Agar hasil dari jawaban pernyataan yang didapatkan lebih efektif.

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

Dalam penelitian ini metoda yang digunakan dalam pengumpulan data adalah menggunakan kuesioner atau angket. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016:142). Adapun langkah-langkah yang ditempuh dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

### 3.3.1. Kuesioner

Pengumpulan data dengan menggunakan angket atau daftar pertanyaan yang terkait dengan permasalahan yang akan di teliti. Pada penelitian ini penulis akan mengelola data dengan cara memberikan penilaian terhadap instrumen atau angket yang di sebarakan kepada responden dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2016: 93) menjelaskan bahwa “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, digunakan skor (bobot nilai) yang diberikan terhadap jawaban yang telah disediakan dalam setiap pertanyaan. Alternatif jawaban yang disediakan dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini :

**Tabel 3.1 Bobot Nilai Skala Likert**

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

*Sumber : Sugiyono (2016)*

### 3.4. Jenis Pengumpulan Data

#### 3.4.1. 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 (Sunyoto, 2015:28). Jenis data yang di peroleh dari obyek yang kita teliti secara langsung. Dalam penelitian ini, data primer di dapatkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala likert kepada 97 responden dengan cara meminta pelanggan yang untuk mengisi kuesioner yang telah di siapkan.

#### 3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi tangan kedua yang sudah dikumpulkan oleh beberapa orang (organisasi) untuk tujuan tertentu dan tersedia untuk berbagai penelitian (Riadi, 2016:48). Dalam mendapatkan data sekunder penulis mempelajari buku-buku serta literatur yang terkait dengan masalah penelitian.

Selain itu penulis juga melakukan pengutipan langsung dari teori-teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini, dengan cara membaca buku-buku, artikel dan informasi lainnya yang berasal dari internet dan website yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 3.5. Operasional Variabel

Berdasarkan teori yang didapat maka uji instrumen dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam bentuk tabel dibawah ini :

Tabel 3.2 : Operasional variabel

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No.Item
Kualitas Pelayanan(X1) Sumber : Kotler dan Keller (2016:442)	Tangible (Berwujud)	Desain tempat Kedai Kopi Janji Jiwa bagus dan menarik	1
		Karyawan Kedai Kopi Janji Jiwa berpenampilan bersih dan rapih	2
	Reliability (Kehandalan)	Karyawan Kedai Kopi Janji Jiwa melayani pesanan pelanggan dengan tepat	3
		Karyawan Kedai Kopi Janji Jiwa menginformasikan menu yang tersedia kepada pelanggan dengan baik dan benar	4
	Responsiveness (Ketanggapan)	Karyawan Kedai Kopi Janji Jiwa memberikan respon yang baik terhadap pelanggan	5
		Karyawan Kedai Kopi Janji Jiwa bersikap sopan terhadap pelanggan	6
	Assurance (Jaminan)	Karyawan Kedai Kopi Janji Jiwa memberikan informasi tentang promosi produk terbaru	7
		Karyawan Kedai Kopi Janji Jiwa memberikan pelayanan pelanggan dengan ramah	8
	Empathy	Karyawan Kedai Kopi Janji Jiwa peduli dengan kebutuhan pelanggan yang diinginkan	9
		Kedai Kopi Janji Jiwa memberikan kualitas pelayanan yang nyaman	10

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No,Item
Lokasi (X2) Sumber : Fandy Tjiptono (2016:15)	Akses	Lokasi menuju Kedai Kopi Janji Jiwa sangat mudah dijangkau	11
		Tersedianya transportasi umum ke Kedai Kopi Janji Jiwa	12
	Visibilitas	Kedai Kopi Janji Jiwa terlihat dengan jelas dari kejauhan	13
		Kedai Kopi Janji Jiwa dapat ditemukan dengan mudah	14
	Tempat Parkir	Kedai Kopi Janji Jiwa menyediakan tempat parkir yang cukup luas	15
		Tempat parkir pada Kedai Kopi Janji Jiwa sangat aman	16
	Ekspansi	Lokasi Kedai Kopi Janji Jiwa cukup luas untuk usaha	17
Fasilitas (X3) Sumber : Mudie dan Pirrie Tjiptono (2014 : 161)	Unsur Pendukung	Kedai Kopi Janji Jiwa menyediakan tempat istirahat dan fasilitas umum (Tempat duduk, toilet)	18
	Perlengkapan atau Peralatan	Fasilitas yang diberikan sangat bersih	19
		Peralatan yang digunakan Kedai Kopi Janji Jiwa sudah canggih	20
	Perancang Ruang	Lukisan pada dinding Kedai Kopi Janji Jiwa menjadi daya tarik untuk pelanggan	21
		Kedai Kopi Janji Jiwa memberikan fasilitas yang aman bagi pelanggan	22

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kepuasan Pelanggan (Y) Sumber : (Fandy Tjiptono 2014)	Kesediaan merekomendasikan	Menu produk yang tersedia di Kedai Kopi Janji Jiwa	23
		Kualitas produk yang tersedia di Kedai Kopi Janji Jiwa	24
	Kesesuaian Harapan	Kinerja karyawan yang cepat dan baik di Kedai Kopi Janji Jiwa	25
	Minat Berkunjung Kembali	Kebersihan dan kerapihan Kedai Kopi Janji Jiwa	26
		Keramahan karyawan Kedai Kopi Janji Jiwa dalam melayani pelanggan	27

### 3.6. Metoda Analisis Data

#### 3.6.1 Pengolahan Data

Data kuesioner yang sudah terkumpul akan diubah menjadi data kuantitatif, dengan jawaban dari kuesioner diberikan bobot skor berdasarkan skala likert. Kemudian data diolah untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel penelitian. Untuk mengelola data yang terkumpul dikerjakan secara manual dan menggunakan software SPSS versi 25.

##### a) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketepatan pengukuran dapat diandalkan, dan digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Definisi menurut Sugiyono (2017:172) mengemukakan bahwa valid berarti alat ukur yang digunakan mendapat data (mengukur) itu valid. Validitas alat ukur diuji dengan

menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari setiap butir pernyataan dengan keseluruhan yang diperoleh pada alat ukur tersebut. Berikut ini, rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah Product Moment dari Karl Person:

Person Product Moment (Sanusi, 2012:15)

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Nilai korelasi product moment

n = Jumlah konsumen responden

X = Jawaban dari indicator item pertanyaan

Y = Total jawaban dalam satu variabel.

Syarat kevaliditasan suatu item adalah apabila r hitung > r tabel pada taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) maka instrumen itu dianggap valid dan jika r hitung < r tabel maka instrumen dianggap tidak valid. Setelah perhitungan dilakukan adapun dasar keputusan untuk kevaliditan pernyataan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai - r tabel < r hitung < r tabel, maka butir pernyataan tidak valid
- b. Jika nilai - r hitung < - r tabel atau r hitung > r tabel, maka butir pernyataan valid

#### b) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Lebih lanjutnya menurut Sugiyono (2012:148) menyatakan bahwa instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha sebesar 0,6 atau lebih. Dalam penelitian ini memilih 0,6 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas > 0,6 maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas < 0,6 maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel.



### 3.7. Analisis Statistik Data

#### 3.7.1. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016:95) koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas.

Uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh pada variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen konstan, sebagai berikut:

- Koefisien determinasi parsial  $X_1$  terhadap  $Y_{KD1.2}$ .  $= r_{y1.2}^2 \times 100 \%$
- Koefisien determinasi parsial  $X_2$  terhadap  $Y_{KD2.1}$   $= r_{y2.1}^2 \times 100 \%$  Kriteria untuk koefisien determinasi adalah:
- Jika  $K_d$  mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- Jika  $K_d$  mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

#### 3.7.2. Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, persepsi konsumen terhadap kepuasan konsumen secara bersamaan atau serentak. Kemudian rumus yang digunakan dalam koefisien determinasi berganda adalah, sebagai berikut:

- Koefisien determinasi berganda  $X_1, X_2$  terhadap  $Y_{KD1.2}$   $= r_{y1.2}^2 \times 100 \%$

### **3.8. Pengujian Hipotesis**

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui kebenaran dari dugaan sementara. Definisi menurut Sugiyono (2017:160) menyatakan bahwa pengujian hipotesis adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik data sampel pada dasarnya diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

#### **3.8.1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial**

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial berdasarkan hasil data dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)  $H_0: \rho_{y1.2} = 0$  : (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang besar antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan).  $H_a: \rho_{y1.2} \neq 0$  : (Secara parsial terdapat pengaruh yang besar antara Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan).
2. Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)  $H_0: \rho_{y2.1} = 0$  : (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan).  $H_a: \rho_{y2.1} \neq 0$  : (Secara parsial terdapat pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan).
3. Fasilitas (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)  $H_0: \rho_{y2.1} = 0$  : (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan).  $H_a: \rho_{y2.1} \neq 0$  : (Secara parsial terdapat pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dapat dilihat dari nilai P-value dibandingkan dengan  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ) dengan kriteria:

$H_0$ : Ditolak/ $H_a$  diterima jika  $P\text{-value} < 0,05$ .  $H_0$ : Diterima/ $H_a$  ditolak jika  $P\text{-value} \geq 0,05$ .