

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada pelanggan CW Coffee Malang, dimana Kota Malang terpilih sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan merupakan kota yang memiliki banyak pelajar ataupun mahasiswa yang sudah mengenal keberadaan CW Coffee Malang. CW Coffee di Kota Malang akan beroperasi selama 24 jam dan didukung dengan layanan fasilitas internet yang stabil dan menyediakan fasilitas satu unit printer yang dapat digunakan secara gratis sehingga mendukung aktivitas yang dilakukan pelajar dan mahasiswa.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2019), metode kuantitatif dapat diartikan 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.

Menurut Sugiyono (2019) pengertian pendekatan deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul. Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk memaparkan tanggapan responden dari hasil kuesioner mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan *CW Coffee Malang*.

C. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan *CW Coffee Malang*.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dan dalam kategori tak terhingga maka besaran sampel dalam penelitian menggunakan rumus (Ferdinand, 2014) yaitu :

$$n = \text{jumlah indikator} \times (5 \text{ sampai } 10)$$

Pada penelitian ini menggunakan 32 indikator, sehingga dapat diketahui apabila jumlah indikator dikali dengan 5 maka menghasilkan responden sebesar 160.

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk menjadi bagian dari sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018). Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi. Kemudian karakteristik responden dalam penelitian ini adalah:

- a. Pelanggan yang pernah ke *CW Coffee* Malang minimal 2 kali
- b. Pelanggan yang berusia lebih 18 tahun.
- c. Memiliki tingkat Pendidikan minimal SMA/SMK

D. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan definisi yang didasarkan atas sifat-sifat variabel yang akan diamati. Definisi operasional mencakup hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan, definisi operasional variabel bersifat spesifik, rinci dan tegas. Berikut definisi operasional variabel pada penelitian ini:

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

2. Variabel mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, dan menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak diamati dan diukur. Variabel mediasi dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan (Z)

3. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X).

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Definisi Konsep Variabel	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas pelayanan (X), bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan apabila pelayanan yang diterima atau	Kualitas pelayanan merupakan penilaian dari konsumen <i>CW Coffee</i> Malang atas tingkat pelayanan yang diberikan dibandingkan dengan kualitas	1. Keandalan (<i>Reliability</i>): merupakan kemampuan <i>CW Coffee</i> Malang memberikan pelayanan yang dijanjikan yang dapat diandalkan dan akurat.	a. Karyawan <i>CW Coffee</i> Malang memberikan waktu pelayanan sesuai dengan jam buka café dengan tepat b. Karyawan <i>CW Coffee</i> Malang mampu dipercaya tanpa melakukan kesalahan c. <i>CW Coffee</i> Malang menyediakan menu yang ditawarkan

Definisi Konsep Variabel	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator
<p>dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan.</p> <p>(Sumber: Kotler, 2016)</p>	<p>pelayanan yang diharapkan.</p>		<p>secara jelas sehingga memudahkan pemesanan.</p> <p>d. Menu <i>best seller</i> yang tersedia dalam daftar pada <i>CW Coffee</i> Malang selalu tersedia.</p>
		<p>2. Daya tanggap/ kesigapan (<i>Responsiveness</i>): kesediaan <i>CW Coffee</i> Malang untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat</p>	<p>a. <i>CW Coffee</i> Malang memiliki karyawan yang memiliki kesiapan dalam membantu apa yang dibutuhkan pelanggan</p> <p>b. Karyawan <i>CW Coffee</i> Malang memberikan arahan cara order menu</p> <p>c. Karyawan <i>CW Coffee</i> Malang mengantarkan pesanan lebih cepat dari waktu estimasi pesanan.</p> <p>d. Manajer <i>CW Coffee</i> Malang merespon kritik dan saran dengan baik</p>
		<p>3. Jaminan (<i>Assurance</i>): mencakup mengenai pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan dari karyawan <i>CW Coffee</i> Malang untuk</p>	<p>a. <i>CW Coffee</i> Malang selalu diawasi petugas keamanan untuk menjaga keamanan & kenyamanan pelanggan.</p> <p>b. karyawan <i>CW Coffee</i> Malang sangat ramah dengan selalu salam selamat datang</p>

Definisi Konsep Variabel	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator
		menyampaikan rasa percaya dan percaya diri.	<p>kepada pelanggan</p> <p>c. CW Coffee Malang selalu tersedia tempat duduk walaupun kondisi kafe sedang ramai</p> <p>d. CW Coffee Malang menyediakan jaringan internet cepat untuk memudahkan pelanggan mengerjakan tugas</p>
		4. Empati (<i>Empathy</i>): merupakan perhatian, khusus yang diberikan CW Coffee Malang kepada pelanggan	<p>a. Karyawan CW Coffee Malang memberikan perhatian ke setiap pelanggan jika belum mendapatkan tempat duduk</p> <p>b. CW Coffee Malang memberikan musik yang bagus ke pelanggan agar nyaman</p> <p>c. CW Coffee Malang sangat memahami pelanggan dengan di sediakannya print gratis</p> <p>d. Karyawan CW Coffee Malang memahami pelanggan dengan memberikan voucher wifi gratis</p>
		5. Bukti fisik (<i>Tangible</i>): meliputi	<p>a. Area parkir CW Coffee Malang luas</p> <p>b. <i>Layout</i> ruangan</p>

Definisi Konsep Variabel	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator
		penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi yang dimiliki CW Coffee Malang.	<p>CW Coffee Malang tertata rapi</p> <p>c. Fasilitas fisik (meja, kursi, dll) di CW Coffee Malang bersih</p> <p>d. Penampilan para karyawan CW Coffee Malang rapi</p>

Definisi Konsep Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
<p>Kepuasan pelanggan (Z) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan</p> <p>(Sumber: Kotler.,2021)</p>	<p>Kepuasan pelanggan (Z) merupakan respon dari pelanggan CW Coffee Malang atas kinerja (hasil) produk dan pelayanan yang diberikan pihak café</p>	<p>a. Pelayanan karyawan CW Coffee Malang sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan</p> <p>b. Fasilitas penunjang yang didapat dari CW Coffee Malang sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan</p> <p>c. Berminat untuk berkunjung kembali menggunakan pelayanan yang diberikan oleh CW Coffee Malang</p> <p>d. Melakukan pembelian kembali di CW Coffee Malang</p> <p>e. Menyarankan teman untuk menggunakan jasa pelayanan dari CW Coffee Malang</p> <p>f. Bersedia dengan sukarela akan merekomendasikan tentang layanan CW Cafe Malang kepada</p>

Definisi Konsep Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
		saudara atau kerabat
Loyalitas konsumen (Y), merupakan kesetiaan konsumen akan suatu produk atau jasa dengan melakukan pembelian ulang barang atau jasa tersebut secara terus-menerus (Sumber: Engel, 2016)	Loyalitas konsumen (Y) kesetiaan pelanggan <i>CW Coffee</i> Malang atas produk dan pelayanan yang ditunjukkan dengan melakukan pembelian ulang secara terus-menerus di <i>CW Coffee</i> Malang	<ul style="list-style-type: none"> a. Secara rutin melakukan pembelian di <i>CW Coffee</i> Malang b. Melakukan pembelian berbagai jenis produk yang ditawarkan <i>CW Coffee</i> Malang secara kontinu c. Memberikan informasi positif kepada orang lain d. Bersedia tidak menceritakan hal-hal negatif dari <i>CW Coffee</i> Malang kepada orang lain e. Tidak tertarik atas produk dan layanan café lain f. Tidak tertarik promosi atau tawaran dari café lain

E. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Data primer yang akan digunakan berupa kuesioner yang disebar pada pelanggan yang pernah ke *CW Coffee* Malang minimal 3 kali dan pelanggan yang sedang berada di *CW Coffee* Malang. Isi kuesioner yang disebar berhubungan dengan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kemudian dari hasil kuesioner yang disebar dianalisis dan dijadikan pembahasan.

Data sekunder menurut Sugiyono (2022) adalah sumber yang tidak langsung dimana memeri data untuk peneliti, data tersebut didapatkan dari sumber yang bisa memberikan dukungan penelitian seperti dari literatur dan dokumentasi. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu berasal dari BPS yaitu mengenai jumlah *coffee Shop* di Jawa Timur Tahun 2020-2022 dan jumlah kedai kopi dan *Coffee Shop* di Kota Malang Tahun 2020-2023.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah penting dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan membagikan kuesioner atau bisa dikenal dengan angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019). Kuesioner disebarkan secara offline dan online kepada responden.

Kuesioner *online* (berbasis komputer) merupakan kuesioner yang disebarkan dengan cara menggunakan *google* formulir yang disebarkan kepada responden melalui media online Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter dan media online lainnya. Pemberian kuesioner *online* ini bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang penelitian mengenai kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

G. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data yang digunakan adalah skala likert, di mana skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Daftar pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner atau angket ini berkaitan dengan kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan indeks skala likert 1 – 5 dengan penjelasan sebagaimana mana pada tabel 3.2

Tabel 3.2
Interpretasi Skor Jawaban

Skor	Keterangan Skor
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber: (Sugiyono, 2018)

Dari jawaban responden selanjutnya data akan dianalisis dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jawaban Sangat Setuju diberi nilai 5 (lima) sebagai tingkat tertinggi dalam pengukuran
2. Jawaban Setuju diberi nilai 4 (empat) sebagai tingkat tinggi dalam pengukuran
3. Jawaban Netral diberi nilai 3 (tiga) sebagai tingkat cukup tinggi dalam pengukuran

4. Jawaban Tidak Setuju diberi nilai 2 (dua) sebagai tingkat rendah dalam pengukuran
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju diberi nilai 1 (satu) sebagai tingkat sangat rendah dalam pengukuran.

H. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu daftar pertanyaan (kuesioner) (Ghozali, 2018). Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS.

Penelitian ini menguji validitas dengan menggunakan analisis *Pearson Correlation* dalam SPSS. Adapun dasar penentuan dalam uji validitas, yaitu:

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid
- b. Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur instrumen dapat dikatakan *reliable* jika jawaban responden terhadap pertanyaan yaitu konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan daftar

pertanyaan ataupun pernyataan yang merupakan dimensi suatu alat variabel dan disusun dalam suatu bentuk kusioner. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \sum \frac{\sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyak butir pernyataan

σ_t^2 : varians total

σ_b^2 : jumlah varians butir

Adapun kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *cronbach alpha* pada variabel $> 0,6$ maka variabel dikatakan reliabel.
- b. Apabila nilai *cronbach alpha* pada variabel $< 0,6$ maka, variabel dikatakan tidak reliabel.

I. Teknik Analisis Data

1. Rentang Skala

Analisis rentang skala digunakan untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di CW Coffee Malang. Menurut Simamora (2004) dalam Adus (2016) rentang skala dapat dihitung dengan persamaan:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

m : Angka tertinggi dalam pengukuran

n : Angka terendah dalam pengukuran

b : Banyaknya kelas yang dibentuk

Dengan rumus diatas maka rentang skala dapat dihitung sebagai berikut:

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka kriteria untuk menetapkan deskripsi jawaban responden mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di CW Coffee Malang dapat disajikan pada Tabel 3.3

Tabel 3.3
Kriteria Rentang Jawaban Responden

No.	Rentang	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
1.	4,2-5	Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi
2.	3,4-4,1	Baik	Tinggi	Tinggi
3.	2,6-3,3	Cukup	Cukup	Cukup
4.	1,8-2,5	Tidak Baik	Rendah	Rendah
5.	1-1,7	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2018)

2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur (*Path Analysis*) merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda (Ghozali, 2018). Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Model yang digunakan dalam analisis jalur, yaitu:

$$1. Z = a + \beta_1 X + \epsilon \dots \dots \dots \text{(Persamaan 1)}$$

$$2. Y = a + \beta_1 X + \beta_2 Z + \epsilon \dots \dots \dots \text{(Persamaan 2)}$$

Keterangan:

X = Kualitas Pelayanan	a	= Konstanta
Y = Loyalitas Pelanggan	$\beta_1 \beta_2$	= Koefisien Regresi
Z = Kepuasan Pelanggan	ϵ	= <i>Standart Error</i>

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel dalam penelitian mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji normalitas residual digunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghazali,2016). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel - variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksinya yaitu dengan cara menganalisis nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai tolerance

mendekati angka satu dan VIF di bawah angka 10 maka regresi bebas dari multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji model regresi apakah terdapat perbedaan varians dari residual antar pengamatan yang berbeda. Apabila varian dari residual antara pengamatan satu dengan yang lain sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika terdapat perbedaan disebut heteroskedastisitas. Untuk melihat terdapat heteroskedastisitas atau tidak dalam penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot*. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila dalam grafik *scatterplot* tidak membentuk pola tertentu. Model regresi yang baik ialah regresi yang homoskedastisitas atau tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel penyebab terhadap variabel akibat yang dilihat dari nilai *path coefficient*. Menggunakan tingkat kepercayaan 95% dan batas ketidakakuratan sebesar 5% atau 0,05 yang menghasilkan nilai t tabel 1,96 sehingga:

- a. Jika nilai t-statistik $< 1,96$ serta p value $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. Jika nilai t-statistik $> 1,96$ serta p value $> ,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima