BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini meggunakan tipe penelitian *explantory research* dengan menggunakan metode *asosiatif*. Menurut Sugiyono (2016), penelitian asosiatif digunakan untuk menjelaskan pengaruh ataupun hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini akan dijelaskan pengaruh antara kualitas produk, fasilitas terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi di kota Surabaya.

B. Populasi, Sampel dan Teknik Samping

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kedai Kopi di kota Surabaya, populasi yang akan diteliti tidak diketahui jumlahnya.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Karena jumlah populasi yang diteliti cukup besar dan belum dapat ditentukan maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini maka peneliti mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Roscoe yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2016). Untuk menentukan jumlah sampel digunakan

aturan Roscoe. Salah satu cara untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel/indikator dalam studi (Roscoe, 2007). Dengan berdasarkan pada aturan Roscoe, maka ditetapkan sampel sebanyak 150 orang yang diperoleh dari 15 indikator dikalikan dengan 10.

3. Teknik Sampling

Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah *nonprobability* sampling yaitu penarikan sampel yang tidak acak, atau tidak semua anggota populasi dapat dijadikan sebagai sampel. Bagian dari *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu untuk dapat dipilih sebagai sampel harus ada kriteria dan syarat yang dipenuhi sesuai dengan kepentingan penelitian, atau teknik penentuan sampelnya berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Penggunaan teknik ini dalam pengambilan sampel didasari karena adanya batasan-batasan yang menyebabkan peneliti tidak dapat melakukan pengambilan sampel secara acak demi mendapatkan sampel yang sesuai dengan penelitian.

Kriteria sampel yang digunakan sebagai sumber data primer pada penelitian ini adalah:

a. Konsumen yang telah melakukan pembelian minimal 1 kali.
b. Responden berumur diatas 17 tahun.
c. Responden yang berdomisili di Kota Surabaya.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dari variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Produk (X)	Tingkat kemampuan produk Kopi dalam melaksanakan fungsinya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan yang diharapkan atau melebihi apa yang diharapkan konsumen.	1. Kinerja, bahan kopi yang berkualitas 2. *Relaibility*, bahan kopi yang murni tanpa campuran 3. *Features*, aroma kopi yang khas 4. *Durability*, produk layak dikonsumsi untuk dua hari 5. *Conformance*, produk higienis 6. *Design*, kopi memiliki banyak variasi pilihan (Irawan, 2004)
Fasilitas (Z)	Segala peralatan dan perlengkapan yang disediakan kedai kopi untuk memberikan kenyamanan pada poelanggan	1. Perabot atau meja kursi memadai 2. Tata letak meja kursi teratur 3. Toilet yang bersih 4. Tata pencahayaan yang menyejukkan 5. Area Parkir yang yang nyaman 6. Wifi gratis (Tjiptono, 2014)
Kepuasan (Y).	Perasaan senang atau kecewa pelanggan terhadap jasa yang diberikan kedai kopi setelah membandingkan hasil jasa yang digunakan dengan hasil yang diharapkan	1. Produk yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan 2. Melakukan kunjungan ulang 3. Merekomendasikan kepada rekan atau saudara (Tjiptono, 2007)

D. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam Penelitian ini adalah data primer. Menurut Umar (2000) data primer adalah data yang didapat dari sumber secara langsung dari subyek penelitian. Dalam hal ini data primer tersebut

berupa jawaban hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen kedai kopi di kota Surabaya

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah : Kuesioner (angket) yaitu merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/pernyataan kepada responden mengenai kualitas produk, fasilitas, harga dan kepuasan. Dalam peelitian ini, digunakan daftar pertanyaan bersifat tertutup, dimana alternatif jawaban telah disediakan.

Kuesioner akan dibagikan kepada reesponden untuk diisi, kemudian dat awal yang sudah diselesaikan akan diberi kode sesuai dengan variabel dan kualifikasi variabel, dan selanjutnya ditabulasi menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Data akan diolah untuk mendapatkan informasi deskriptif dan pengujian hipotesis.

F. Teknik Pengukuran Data

Alat yang digunakan dalam pembuatan kuesioner adalah Skala Likert. Skala ini banyak digunakan dalam penelitian sikap masyarakat. Skala Likert adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidak setujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Responden diminta untuk menjawab setiap pertanyaan. Untuk variabel bebas dan terikat dalam penilaian jawaban dari responden yaitu sebagai berikut :

a. Sangat Setuju Nilai 5

b. Setuju Nilai 4

c. Netral Nilai 3

d. Tidak Setuju Nilai 2

e. Sangat Tidak Setuju Nilai 1

G. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevaliddan atau keabsahan suatu instrumen. Arikunto (2016) menyatakan suatu instrumen yang valid atau absah memiliki validitas tinggi dan sebaliknya. Uji validitas ini dihitung dengan mengkorelasikan setiap skor item dengan total skor dalam setiap variabelnya, selanjutnya hasil terebut jika dibandingkan dengan nilai kritis pada signifikan U = 5% (0,05) hasilnya lebih besar, maka data tersebut dikatakan valid.

Penelitian ini menggunakan validitas pearson berdasarkan rumus korelasi product moment. Kriteria pengujiannya adalah:

r hitung < r tabel maka tidak terdapat data yang valid sedangkan apabila r hitung ≥ r tabel terdapat data yang valid. Nilai r hitung dapat diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{N\left(\sum xy\right) - \left(\sum x - \sum y\right)}{\left[\left(N\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2\right)\left(N\sum y^2 - \left(\sum y\right)^2\right)\right]}$$

Dimana :

r = Koefisien Relasi

N = Jumlah Sampel

X = Skor tiap butir

Y = Skor Total

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk meguji sejauh mana instrumen tersebut dapat diberikan hasil yang relatif sama bisa dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Suatu instrumen yang mempunyai reabilitas yang mantab tidak berubah-ubah pengukurannya, artinya meskipun alat itu digunakan berkali-kali akan memberikan hasil yang hampir serupa. Dalam penelitian ini, reabilitas diukur dengan metode konsistensi internal dengan teknik reabilitas Alpha, dengan rumus sebagai berikut : (Arikunto 2016):

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \frac{\left(1 - \sum S^2\right)}{S^2 x}$$

dimana :

k = Banyaknya belahan tes

Sj = Varian belahan j;j=1,2.....k

Sx = Varian skor tes

Kriteria pengujiannya adalah apabila nilai reabilitas instrumen diatas 0,6 atau 60% berarti terdapat data yang reliabel pada tingkat kepercayaan 95% sebaliknya jika nilai reabilitas kurang dari 0,6 atau 60% berarti tidak terdapat data yang reliabel pada tingkat kpercayaan 95%.

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengkaji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal Ghozali (2018). Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *one sample kolmogrov smirnov test*.

Uji Kriteria Normalitas sebagai berikut :

1) jika *asymp sig* (2-*tailed*) ≥ 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal.
2) jika *asymp sig* (2-*tailed*)<0.05 maka data berdistribusi tidak normal

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gozhali (2018) asumsi heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah residual memiliki ragam yang homogen (konstan) atau tidak. Pengujian asumsi heteroskedastisitas diharapkan residual memiliki ragam yang homogen. Dalam mendeteksi ada tidaknya masalah heteroskedastisitas penelitian yang kita pakai ini menggunakan Uji Glejser yakni meregresikan nilai mutlaknya dengan variabel *independen*. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Ketentuan yang dipakai adalah

a. jika tingkat signifikansi variabel indpenden ≥ 5% (0,05) maka hipotesis nol diterima, yang berati tidak ada heteroskedastisitas dalam model.

b. Sebaliknya jika tingkat signifikansi variabel indpenden < 5% (0,05) maka hipotesis nol ditolak, yang berati ada masalah heteroskedastisitas

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas di dalam model regresi yang terbentuk (Ghozali, 2018). Dalam pengujian asumsi multikolinieritas terhadap model regresi yang baik diharapkan antar variabel bebas tidak terjadi korelasi, atau terdapat gejala multikolinier.

Multikolinieritas dapat dideteksi dengan menggunakan metode *Tolerance And Variante* Inflation *Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Kriteria terhadap adanya multikolinieritas adalah sebagai berikut ;

a. Jika nilai VIF lebih besar sama atau sama dengan 10 dam Nilai Tolerance < 0,1, maka terdapat gejala Multikolineritas

b. jika nilai VIF lebih kecil sama dengan 10 dan nilai mendekati 1 maka model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinier.

I. Teknik Analisis Data

1. Rentang Skala

Rentang skala adalah alat yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan. (Umar.2001:225). Analisis ini digunakan untuk mengetahui pada rentang skala manakah keputusan yang dihasilkan. Tahap proses analisis rentang kriteria adalah dengan menentukan rentang skor terendah dan tertinggi dengan cara mengalikan jumlah sampel dengan bobot paling rendah dan paling tinggi. Untuk menentukan rentang skala menggunakan rumus :

$$\text{Rentang Skala (RS)} = \frac{n\,(m-1)}{m}$$

Dimana : n = jumlah sampel dan m = jumlah aspek jawaban tiap item

Maka :

$$\text{Rentang Skala} = \frac{150\,(5-1)}{5}$$

$$= 120$$

Tabel 3.2
Rentang Skala

No	Skor	Kualitas Produk	Fasilitas	Kepuasan
1	150 - 270	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Lengkap	Sangat Tidak Puas
2	271 - 391	Tidak Baik	Tidak Lengkap	Tidak Puas
3	392 - 512	Cukup Baik	Cukup Lengkap	Cukup Puas
4	513 - 633	Baik	Lengkap	Puas
5	634 - 754	Sangat Baik	Sangat Lengkap	Sangat Puas

2. *Moderrated Regression Analysis* (MRA)

Variabel moderasi merupakan variabel independen yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan lainnya terhadap variabel dependen (Ghozali,2018:213). *Moderrated*

Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi linier berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen).

Persamaan regresi moderasi untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan fasilitas sebagai moderating, digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b1X1 + b2X2 + b3X1*X2 + e$$

Keterangan:
X1 = Kualitas Produk
X2 = Fasilitas
X1*X2 = Interaksi antara Kualitas Produk dengan Fasilitas
α = Konstanta
b = Koefisien Regresi
e = *Error Term*

3. Uji Hipotesis

Penelitian ini menguji dua hipotesis yang menggunakan uji yang berbeda-beda, sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

H_0 : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Ha : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi di kota Surabaya, diuji dengan menggunakan Uji t sebagai berikut:

1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 diterima

2) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika H_0 ditolak, berarti bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan kedai kopi di kota Surabaya, sebaliknya jika H_0 diterima berarti variabel kualitas produk tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi di kota Surabaya

b. Hipotesis 2

Hipotesis yang menyatakan bahwa fasilitas memoderasi pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi di kota Surabaya, diuji dengan menggunakan Uji t dan Uji moderasi sebagai berikut:

1) Uji t

H_0 : Fasilitas tidak memoderasi pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Ha : Fasilitas memoderasi pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel Fasilitas sebagai variabel moderating pada pengaruh variabel kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan mempertimbangkan:

a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ danatau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 diterima

b) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika H_0 ditolak, berarti bahwa variabel Fasilitas memoderasi pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan

pelanggan, jika H_0 diterima berarti variabel fasilitas tidak memoderasi pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Uji Moderating

H_0 : Fasilitas tidak memoderasi pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : Fasilitas memoderasi pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Uji moderating dilakukan untuk melihat apakah variabel Fasilitas memoderasi pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan membandingkan koefisien determinasi dari hasil hipotesis ke-1 dan hipotesis ke-2, sebagai berikut:

a) Jika R^2 (hipotesis ke-2) < R^2 (hipotesis ke-1) maka H_0 diterima
b) Jika R^2 (hipotesis ke-2) ≥ R^2 (hipotesis ke-1) maka H_0 ditolak

Jika H_0 diterima maka variabel fasilitas tidak memoderasi pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan pelanggan, sebaliknya jika H_0 ditolak maka variabel fasilitas memoderasi pengaruh variabel kualitas produk terhadap Kepuasa

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG