

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana dilakukannya semua kegiatan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan pada *Coffee Shop Saxohouse* yang terletak di Jl. Saxophone No. 57, Tunggulwulung, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65143.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian eksplanasi (*Explanatory Research*). Menurut (Sugiyono, 2013) penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan kedudukan antara variabel- variabel diteliti serta hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Skala pengukuran yang digunakan yaitu Skala Likert.

C. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel dependen yaitu loyalitas, variabel independen berupa kualitas pelayanan dan variabel mediasi berupa kepercayaan. Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya dapat diketahui definisi operasional variabel, dimensi, indikator dan pengukurannya pada Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Operasional variable, dimensi, indikator dan pengukuran

Variable	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kepuasan Pelanggan (Z)	kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan – harapannya (P. Kotler, 2003).	a. tidak ada keluhan atau keluhan teratasi	Saya tidak memiliki keluhan terhadap <i>Coffee Shop Saxohouse</i>
		b. Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan produk.	Saya puas akan tempat yang disediakan <i>Coffee Shop Saxohouse</i>
		c. Kesesuaian dengan ekspektasi/ harapan pelanggan	Pelayanan yang saya terima dari <i>Coffee Shop Saxohouse</i> sesuai dengan harapan
		d. Harapan pelanggan yang terlampaui	Fasilitas yang diberikan nmelampaui apa yang saya harapkan
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari <i>Coffee Shop Saxohouse</i> menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan Kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang	a. <i>Tangibles</i> adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik bangunan, fasilitas perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan.	Penampilan karyawan <i>Coffee Shop Saxohouse</i> rapi <ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas parkir <i>Coffee Shop Saxohouse</i> memadai

Variable	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator
	tersembunyi. Kotler (2000:25)	B, <i>Reliability</i> adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, tidak ada kesalahan dan sebagainya.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan <i>Coffee Shop Saxohouse</i> cepat • Cermat dalam memberikan pesanan
		c. <i>Responsiveness</i> adalah memberi pelayanan responsif diiringi cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu membersihkan meja yang kotor • Karyawan <i>Coffee Shop Saxohouse</i> responsif dalam menerima pemesanan pelanggan
		d. <i>Assurance</i> adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan <i>Coffee Shop Saxohouse</i> sopan dalam pemberian pelayanan • Karyawan <i>Coffee Shop Saxohouse</i> terlatih dalam memberikan pelayanan
		e. <i>Emphaty</i> adalah memberikan	Karyawan <i>Coffee Shop Saxohouse</i>

Variable	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik.	selalu paham dengan apa yang dibutuhkan pelanggan <ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi antara karyawan dan pelanggan terjalin dengan baik
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan <i>Coffee Shop Saxohouse</i> terhadap jasa yang ditawarkan berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Mardalis, 2005)	<p>a. <i>Continue purchasing</i> pembelian yang dilakukan secara terus menerus terhadap produk yang telah dikonsumsi</p> <p>b. <i>Say positive things</i> mengatakan hal yang positif tentang produk/jasa yang telah dikonsumsi atau digunakan,</p> <p>c. <i>Recommendd friends</i> merekomendasikan kepada orang lain</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pembelian lebih dari 2 kali dalam sebulan • sering melakukan pembelian di <i>Coffee Shop Saxohouse</i> dan mengurangi pembelian ditempat lain <p>Pernah menceritakan keunggulan <i>Coffee Shop Saxohouse</i> kepada teman</p> <p>Tidak ragu untuk mengatakan pelayanan <i>Coffee Shop Saxohouse</i> sangat baik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya merekomendasikan <i>Coffee Shop Saxohouse</i> kepada

Variable	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		dan mengajak untuk membelinya.	orang yang belum pernah melakukan pembelian. <ul style="list-style-type: none"> • Lebih suka merekomendasikan <i>Coffee Shop</i> Saxohouse malang daripada tempat lain

D. Populasi dan Teknik Sampel

1. Populasi

(Sugiyono, 2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang datang menikmati pelayanan *Coffee Shop* Saxohouse dan populasi sasaran penelitian ini konsumen yang datang menikmati pelayanan di *Coffee Shop* Saxohouse dalam rentan waktu 2 bulan yaitu pada bulan 1 Desember 2022 sampai dengan bulan 31 Januari 2023.

2. Sampel

(Sugiyono, 2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi penelitian harus bersifat representatif (mewakili). Jika jumlah sampel tidak representatif, maka hasil penelitian tidak bisa mewakili populasi. Dalam menentukan ukuran sampel ini,

penulis menggunakan Rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terbatas (infinite population).

Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2} \quad (1)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 5%

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,7 (1 - 0,7)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,21}{0,0025}$$

$$n = 322,690$$

$$n = 323$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 322,69 yang kemudian dibulatkan menjadi 323 orang.

3. Teknik pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu saja dan dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang

ada pada responden (Sugiyono, 2019) Kriteria dalam pemilihan sampel yaitu pengunjung yang datang menikmati *Coffee Shop Saxohouse*

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Menurut Sugiyono, (2014) sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dikumpulkan secara khusus oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dikumpulkan dengan metode kuesioner. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, sumber data yang akan diperoleh yaitu mengenai pendapat-pendapat responden tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data – data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan metode :

Kuesioner. Pengumpulan data dengan kuesioner merupakan alat utama dalam pengumpulan data yang berupa pertanyaan secara tertulis dan disebarkan secara langsung kepada responden yang akan diteliti. Responden diberi beberapa alternatif dalam menjawab pertanyaan – pertanyaan tersebut.

G. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data yang digunakan oleh peneliti untuk memberikan jawaban pada setiap item jawaban adalah dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono, (2014) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan

skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Untuk menganalisis secara kualitatif, maka jawaban dibagi menjadi lima kategori. Pada penelitian ini setiap jawaban atas variabel kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas menggunakan sistem nilai dengan dasar likert yang dapat diklasifikasikan seperti pada Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2 Pengukuran Data

Kategori	Skor/Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sanagat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2012)

Responden dalam mengisi kuisisioner diharuskan memilih salah satu dari kelima pilihan alternatif jawaban yang tersedia. Bobot/skor akan dijumlahkan menjadi nilai total. Dimana nilai total yang besar menunjukkan pengaruh yang positif terhadap variabel dependen, yaitu citra merek.

H. Teknik Pengujian Instrumen

Agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2014) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Adapun cara pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total, artinya item angket dinyatakan valid.
- b. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total yang artinya item angket dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur instrument dapat dikatakan reliable jika jawaban responden terhadap pertanyaan yaitu konsisten dari waktu ke waktu Ghazali, (2013). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan daftar pernyataan yang merupakan dimensi suatu alat variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right) \quad (2)$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2_b$ = Jumlah varian butir

σ^2_t = Varian total

Adapun kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai alpha cronbach $\geq 0,6$ = reliabel
- b. Apabila nilai alpha cronbach $\leq 0,6$ = tidak reliabel

I. Teknik Analisis Data

1. Distribusi Index

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya (Sanusi, 2014). Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik skoring dengan skor maksimal 5 dan minimal 1, rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Nilai indeks} = \frac{(\%F1x1) + (\%F2x2) + (\%F3x3) + (\%F4x4) + (\%F5x5)}{5} \quad (3)$$

Di mana:

F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 Sdari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam

daftar pertanyaan kuesioner.

Tabel 3.3 Distribusi index

No.	% Index	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
1.	0%-19,99%	Sangat buruk	Sangat buruk	Sangat buruk
2.	20%-39,99%	Buruk	Buruk	Buruk
3.	40%-59,99%	Cukup baik	Cukup baik	Cukup baik
4.	60%-79,99%	Baik	Baik	Baik
5.	80%-100%	Sangat baik	Sangat baik	Sangat baik

2. Path Analysis

Ghozali (2011:249) mengatakan bahwa analisis jalur (path analysis) merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda. Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Model yang digunakan dalam analisis jalur, yaitu :

$$Z = a + b_2X + e \quad (4)$$

$$Y = a + b_1X + b_3Z + e \quad (5)$$

Keterangan:

X = Kualitas pelayanan a1, a2 = Konstanta

Y = Loyalitas pelanggan b1, b2, b3 = Koefisien regresi

Z = Kepuasan pelanggan e1, e2 = Standard error

J. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Uji T

Uji statistik T (parsial) pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel secara individual dalam menerangkan variabel terikat (Kuncoro, 2004). Pengujian T pada penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $T_{hitung} < 0,05$ (alpha) = maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $T_{hitung} > 0,05$ (alpha) = maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

2. Uji Mediasi

Analisis regresi variabel mediasi dengan metode *Product of Coefficient* yang dikembangkan oleh Sobel. Oleh karena itu uji ini sering disebut dengan uji Sobel. Uji variabel mediasi dengan metode ini dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel (X) terhadap variabel terikat (Y) melalui variabel mediasi (Z) atau menguji signifikansi pengaruh tidak langsung (perkalian pengaruh langsung variabel bebas terhadap variabel mediator (a) dan pengaruh langsung variabel mediator terhadap variabel dependen menjadi (ab) dengan standard error yang akan menghasilkan nilai t statistik. (Baron & Kenny, 1986) pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (Sobel Test). Rumus uji Sobel adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab} \quad (6)$$

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2} \quad (7)$$

Dimana:

a = Koefisien regresi X-Z

b = Koefisien regresi Z-Y

S_a = Standrt error X-Z

S_b = Standr error Z-Y

Sedangkan nilai t koefisien ab adalah sebagai berikut :

Analisis regresi mediasi dengan metode Product of Coefficient dilakukan dengan menempuh langkah sebagai berikut :

- a. Membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variable tergantung (Y) dan dapatkan nilai koefisien regresi (a) dan standar error koefisien regresi (S_a).
- b. Membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variable tergantung (Y) dengan memasukkan variabel mediasi (Z) dalam persamaan, dan dapatkan nilai koefisien (b) standar eror koefisien regresi (S_b)
- c. Menghitung nilai standar eror ab dan diberi nama S_{ab} .
- d. Menghitung nilai t hitung ab dengan S_{ab} .

Jadi, jika t hitung $>$ t tabel, maka variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel mediasi dinyatakan memediasi hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung yaitu loyalitas pelanggan.

