

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini bersifat deskriptif yang digunakan untuk mendapatkan gambaran Kedai Cerita Kopi Banjarmasin secermat mungkin mengenal individu atau pelayan di Kedai Cerita Kopi Banjarmasin, produk di Kedai Cerita Kopi Banjarmasin, dan konsumen di Kedai Cerita Kopi Banjarmasin.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk penyajian hasil penelitian dalam bentuk angka-angka atau statistik. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pelayanan secara simultan terhadap kepuasan Konsumen Kedai Cerita Kopi Banjarmasin dan pengaruh pelayanan secara parsial terhadap kepuasan Konsumen Kedai Cerita Kopi Banjarmasin.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah Kedai Cerita Kopi di Jl. Banua Anyar No. 88 RT 06 RW 01, Kota Banjarmasin 70239, Kalimantan Selatan. Kedai Cerita Kopi Banjarmasin dipilih sebagai lokasi penelitian karena berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti kebanyakan dari kalangan anak muda banyak memilih Kedai Cerita Kopi sebagai tempat bersantai, karena produknya enak, harganya juga bersahabat sehingga peneliti tertarik untuk meneliti tempat tersebut.

### C. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas.<sup>1</sup> Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.<sup>2</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang datang ke Kedai Cerita Kopi banjarmasin sekitar 60 orang setiap hari Sabtu dan Minggu.

Sedangkan sampel secara umum dapat dijelaskan bahwa bagian kecil dari populasi.<sup>3</sup> Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel atau disebut juga responden dilakukan dengan menggunakan metode *nonprobability sampling*, jenisnya adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* dilakukan dengan cara memperoleh data dari sekumpulan populasi, yang cara memperoleh data untuk sampel tersebut dengan cara insidental atau secara kebetulan saja dengan tidak menggunakan perencanaan tertentu.

Menurut Kotler dan Gary, ukuran sampel minuman yang dapat diterima bisa dilihat berdasarkan pada desain atau metode penelitian yang digunakan. Jika desain penelitiannya bersifat deskriptif, maka sampel minimum adalah 30 responden. Jumlah responden yang diambil oleh peneliti sebanyak 30 responden karena sudah memenuhi syarat minimal sampel data agar tersebar secara normal

---

<sup>1</sup>Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offiset, 2013), hlm. 137.

<sup>2</sup>Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 161.

<sup>3</sup>Ibid., hlm. 162.

dalam statistik, yakni 30 responden dengan teknik pengambilan data memakai teknik *accidental sampling* yaitu *nonprabalitas sampling* teknik dimana subjek dipilih karena aksesibilitas nyaman dan kedekatan konsumen pada saat kejadian penyebaran kuesioner.

#### **D. Data dan Sumber Data**

Dalam menyusun skripsi ini peneliti menggunakan 2 jenis data yaitu <sup>4</sup> :

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

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian meliputi karakteristik responden dan persepsi responden terhadap variabel penelitian yang didapatkan melalui instrumen pengumpulan data yang berbentuk wawancara, observasi dan kuesioner di Kedai Cerita Kopi.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara seperti dari literatur-literatur kepustakaan, dan website yang berkaitan dengan penelitian skripsi ini.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam mengumpulkan data untuk melakukan penelitian ini penulis melakukan beberapa teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

---

<sup>4</sup>Nur Asnawi dan Mansyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Malang Press, 2011), hlm. 15.

1. Observasi, yaitu penelitian menggunakan peninjauan langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh informasi untuk keperluan dalam memulai penelitian.<sup>5</sup> Observasi dalam penelitian ini langsung di tempat Kedai Cerita Kopi untuk mengetahui bagaimana proses melaksanakan aktivitas penjualan produk dan pelayanan kepada konsumen serta kepuasan pelanggan .
2. Wawancara, yaitu sebagai teknik pengumpulan data saat peneliti ingin mengetahui studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang akan diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informanyang lebih mendalam tentang informasi tentang jasa yang di sediakan oleh Kedai Cerita Kopi serta profil Kedai Cerita Kopi tersebut.<sup>6</sup>
3. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebar angket kepada responden dengan menggunakan kuesioner langsung tertutup yaitu angket yang berupa data tentang keadaan yang dialami responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban harus dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut.<sup>7</sup> Dalam penelitian ini kuesioner diisi oleh konsumen yang membeli produk di Kedai Cerita Kopi Banjarmasin.

---

<sup>5</sup>Hasil Observasi awal, Observasi pribadi, Banjarmasin ( 20 September 2018).

<sup>6</sup>Hasil Wawancara Dengan Beberapa Karyawan, Wawancara Pribadi, Banjarmasin (20 September 2018).

<sup>7</sup>M. Burhan Bugin, Metode Penelitian Kuantitatif (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 123.

## F. Desain Pengukuran

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen di Kedai Cerita Kopi Banjarmasin dan dua variabel bebas (X) yaitu produk dan pelayanan.

Jenis skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator.

Indikator di setiap variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* pertanyaan.<sup>8</sup> Pertanyaan yang diberikan kepada responden yang berupa angket, setiap jawabannya akan diberi skor. Dalam penelitian ini, skala likert yang digunakan ada lima tingkatan jawaban yang diberi skor, yaitu:

1. Jawaban sangat setuju : diberi skor 5
2. Jawaban setuju : diberi skor 4
3. Jawaban Netral : diberi skor 3
4. Jawaban tidak setuju : diberi skor 2
5. Jawaban sangat tidak setuju : diberi skor 1

---

<sup>8</sup>Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *op. cit*, hlm. 6.

**Tabel 1.1**  
**Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator Penelitian	Teori
Produk (X <sub>1</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) <i>Perceived quality</i> (kesan kualitas)</li> <li>b) <i>Reliability</i> (kehandalan)</li> <li>c) <i>Aesthetic</i> (estetika)</li> <li>d) <i>Conformance to specification</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)</li> <li>e) <i>Feature</i> (fitur)</li> </ul>	Gaspersz (1997)
Pelayanan (X <sub>2</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) <i>Tangibles</i> (bukti fisik)</li> <li>b) <i>Reability</i> (reabilitas)</li> <li>c) <i>Empathy</i> (empati)</li> <li>d) <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)</li> <li>e) <i>Assurance</i> (jaminan)</li> </ul>	Fandi Tjiptono (2008)
Kepuasan Konsumen (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) <i>Overall costumer sanifaction product</i> (kepuasan keseluruhan produk)</li> <li>b) <i>Overall costumer sanifaction service</i> (kepuasan keseluruhan pelayanan)</li> <li>c) <i>Confirmation of expectation</i> (produk yang dibeli sesuai harapan)</li> <li>d) <i>Repurchase intent</i> (niat membeli kembali)</li> <li>e) <i>Willingness to recommended</i> (kerelaan untuk merekomendasi)</li> </ul>	Fandi Tjiptono (2000)

Sumber : Diolah Peneliti (2019)

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Pengujian validitas pada butir-butir pertanyaan dalam kuesioner bertujuan mengetahui apakah item-item tersebut benar-benar mengukur konsep-konsep yang dimaksudkan dalam penelitian ini dengan tepat. Butir-butir pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dan dipadukan dengan penjabaran atas definisi teoritis dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini memberikan dukungan bahwa butir-butir pengukuran yang dijadikan indikator konstruk terbukti memiliki validitas isi (*content validity*) yaitu butir-butir pengukuran tersebut merupakan alat ukur yang mencukupi dan representative yang telah sesuai dengan konsep teoritis.

Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan tabel  $r$  product moment. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- (1) Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- (2) Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya

atau reliable hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan Rumus Koefisien Cronbach Alpha.

Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item atau pertanyaan pada penelitian ini akan menggunakan rumus koefisien Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha pada penelitian ini akan digunakan nilai 0.6 dengan asumsi bahwa daftar pertanyaan yang diuji akan dikatakan reliable bila nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0.6$ .

Syarat suatu alat ukur menunjukkan kehandalan yang semakin tinggi adalah apabila koefisien reliabilitas yang mendekati angka satu. Apabila koefisien alpha lebih besar dari 0.6 maka alat ukur dianggap handal atau terdapat internal consistency reliability dan sebaiknya bila alpha lebih kecil dari 0.2 maka dianggap kurang handal atau tidak terdapat internal consistency reliability.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki



nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel, tetapi pada nilai residualnya.<sup>9</sup> Uji asumsi normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah apabila distribusi data normal atau mendekati normal, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (gejala multikolinieritas) atau tidak. Multikolinieritas adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Uji multikolinieritas perlu dilakukan jika jumlah variabel independen (variabel bebas) lebih dari satu. Cara mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dilihat dari nilai VIF (*variance-inflating factor*). Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- (1) Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas di antara variabel bebas.
- (2) Jika nilai VIF > 10 maka terjadi gejala multikolinieritas di antara variabel bebas.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 156

<sup>10</sup>*Ibid.* hlm. 70-74.

### c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Wijaya (2009: 124), heterokedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homokedastisitas dalam model, atau dengan perkataan lain tidak terjadi heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas adalah jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>11</sup>

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat (untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat). Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Cerita Kopi Banjarmasin. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :<sup>12</sup>

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

---

<sup>11</sup>*Ibid.* hlm. 66.

<sup>12</sup>Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurrahman, *op. cit*, hlm. 198

$x_1$  = Produk

$x_2$  = Pelayanan

$b_1$  = Koefisien Produk

$b_2$  = Koefisien Pelayanan

e = Error

Analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan SPSS20 yang meliputi:

a. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Duwi Priyanto (2011) analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel tergantung.  $R_2$  sama dengan 0, maka tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya  $R_2$  sama dengan 1, maka ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model menjelaskan variasi variabel terikat secara keseluruhan.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung. Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA dari hasil analisis linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Untuk menguji hipotesis

apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, dan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

c. Uji T (Uji Signifikansi Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat pada *output coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup>Duwi Priyatno, *Buku Pintar Statistik Komputer* (Yogyakarta: Mediakom, 2011), hlm. 50-52.