

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Identifikasi variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas (x) : Kepuasan konsumen
2. Variabel terikat (y) : Kualitas pelayanan

3.2 Definisi Operasional

a. Kepuasan Konsumen

kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan didasarkan pada adanya perbedaan sekumpulan atribut yang terdapat dalam suatu produk atau jasa yang ideal dengan apa yang ada secara sebenarnya dalam produk atau jasa tersebut. Jika sesuatu yang ideal menurut konsumen sama dengan apa yang bersangkutan akan mendapatkan kepuasan. Semakin besar perbedaan maka semakin tidak puas bagi konsumen yang bersangkutan

Variabel ini akan diungkap berdasarkan aspek kepuasan konsumen menurut Kotler (2013) yaitu *expectation* (harapan), *performance* (kinerja), *comparison* (kesesuaian), *confirmation/ disconfirmation* (penegasan) dan *discrepancy* (ketidak-sesuaian).

b. Pelayanan Karyawan

Pelayanan karyawan merupakan bentuk upaya dalam penyampaian jasa yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan keyakinan konsumen dalam membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai sebuah kinerja produk tersebut. Variabel ini akan diungkap berdasarkan aspek dalam mengukur kualitas pelayanan menurut Parasuraman (2003) , yang dibuat berdasarkan aspek pelayanan (*reliability, responsive, assurance, dan empathy*)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Neuman (2013) populasi adalah suatu kelompok individu besar dari kesatuan sampel yang hendak diteliti. Populasi juga dikenal dengan istilah *universe* yang berarti keseluruhan objek, elemen, atau unsur atributnya yang akan diteliti. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengunjung atau konsumen Satu Tujuan *Coffe & Bistro*

3.3.2 Sampel

Menurut Azwar (2013), sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel merupakan individu yang terdapat dari kelompok dan mampu menggambarkan karakter kelompok yang sebenarnya. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian di Satu Tujuan *Coffee & Bistro*.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampling

Pengertian teknik sampling menurut Margono (Hidayat, 2017) adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang serepresentatif.

Penelitian ini akan menggunakan purposive sampling. Sampel yang diambil adalah yang mempunyai karakteristik yaitu pernah melakukan pembelian minimal 2x dan berusia antara 17 – 50 tahun. Purposive sampling adalah teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu (Arikunto, 2006).

Menurut Sugiyono (2010) purposive sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data

yang diperoleh nantinya bisa lebih representative. Menurut Arikunto (2002) apabila subjeknya kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih, atau tergantung setidak-tidaknya dari:

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga, dan dana.
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari subyek karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c. Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti untuk penelitian yang resikonya besar, tentu saja jika sampel besar hasilnya akan lebih baik.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{N(e^2) + 1}$$

$$n = \frac{150}{150(0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{150}{2.5} = 60 \text{ responden}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dicari
 N = jumlah populasi
 e = *error of tolerance* (toleransi terjadinya kesalahan, yaitu 10%)

Penelitian ini menggunakan *error of tolerance* 10%, karena dalam penentuan tingkat terjadinya kesalahan masih bebas untuk menentukan nilai batas kesalahan atau galat dugaan dari 5% - 10%.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Riduwan (2010) pengertian dari teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengambilan data peneliti membutuhkan instrument agar mendapatkan data menjadi lebih mudah. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skala. Skala adalah perangkat pertanyaan yang disusun untuk mengungkap atribut tertentu melalui respon terhadap pertanyaan tersebut, (Azwar, 2013).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala likert. Skala likert menurut Azwar (2002) adalah metode skala pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respon sebagai dasar penentuan nilai skalanya dengan menggunakan respon yang dikategori jawaban yaitu: sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS). Skala dalam penelitian ini adalah skala kepuasan dan skala pelayanan pada karyawan Satu Tujuan *Coffee & Bistro*.

1. *Blueprint* Kepuasan

Skala kepuasan yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari teori Kotler (2013) , yang dibuat berdasarkan aspek kepuasan (harapan, kinerja, kesesuaian, penegasan, dan tidak kesesuaian)

Tabel 3.1
Blueprint Kepuasan

Variabel	Aspek	Indikator	No aitem	
			F	UF
Kepuasan	<i>Expecatation</i> (Harapan)	Mengembangkan harapan	1, 11.	6, 20.
	<i>Performance</i> (Kinerja)	Merasakan, manfaat produk	5, 7, 15, 27.	2, 22.
	Comparison (Kesesuaian)	Harapan, persepsi kinerja	3, 21.	16, 26.
	Confirmation (Penegasan)	Keinginan dan persepsi pembelian	9, 13, 17, 19, 23, 25.	4, 18.
	Disrepancy (Ketidaksesuaian)	Tingkat harapan dan ketidakpuasan		8, 10, 12, 14, 24, 28.
jumlah			14	14

2. *Blueprint* Pelayanan

Skala pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari teori Parasuraman (2003) , yang dibuat berdasarkan aspek pelayanan (*reliability, responsive, assurance, dan empathy*)

Tabel 3.2
Blueprint Pelayanan

Variabel	Faktor	Indikator	No aitem	
			F	UF
Pelayanan	<i>Reliability</i> (keandalan)	Prosedur Pelayanan, pelayanan yang dijanjikan, akurat dan memuaskan	6, 16, 26.	1, 11, 23.
	<i>Responsive</i> (daya tanggap)	Membantu konsumen, memberikan pelayanan yang tanggap	2, 12.	7, 17, 29.
	<i>Assurance</i> (jaminan& kepastian)	Pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dipercaya, resiko	8, 18.	3, 13, 21, 25.
	<i>Empathy</i> (empati)	Kemudahan, komunikasi, perhatian dan memahami kebutuhan	4, 14, 22, 24, 28.	9, 19, 27.
	<i>Tangibles</i> (berwujud)	Fasilitas, perlengkapan, pegawai, sarana komunikasi	10, 20, 30.	5, 15.
Jumlah			15	15

3.4.1 Validitas

Validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya dapat diukur (Sugiyono, 2011). Validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, sehingga terdapat data yang valid . Lawshe (1975) mengusulkan rasio validitas isi (CVR) untuk mengukur derajat kesepakatan para ahli dari satu item dan yang dapat mengekspresikan tingkat validitas konten melalui indicators tunggal

yang berkisar dari -1 sampai 1. Pendekatan lain adalah koefisien validitas isi dan reliabilitas koefisien homogenitas diusulkan oleh Aiken (1980, 1985), yang dapat digunakan untuk mengukur peringkat validitas setiap item (V value). Dua teknik yang digunakan dalam analisis ini adalah melalui koefisien validitas isi Aiken's V dan Rasio validitas.

3.4.2 Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik, demikian dikatakan Suharsimi (2002). Uji reabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur (instrumen) dapat memperlihatkan kemantapan, kejelasan, atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan instrument tersebut dalam penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap. Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang diperoleh hasil yang relatif sama. Apabila datanya memang sesuai dengan kenyataanya, maka berapa kalipun diambil, akan tetap sama. Reliabilitas dinyatakan dengan koefisien reabilitas yang angkanya berkisar mulai dari 0,0 sampai dengan 1,0. Semakin tinggi koefisien reabilitas mendekati 1,0 berarti semakin tinggi reliabilitas (Azwar, 2013). Penelitian ini realibilitas alat ukur dilakukan dengan menggunakan Statistic SPSS 2017.

3.5 Metode Analisis Data

Analisa data dilakukan dengan komputer menggunakan program *statistical Program for Social Science* (SPSS), Analisis data dilakukan secara statistik deskriptif dan analitik. Teknik Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana untuk mendapatkan gambaran tentang pengaruh kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Satu Tujuan Coffee.

