

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu langkah peneliti dalam mengumpulkan serta memperoleh informasi maupun data yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2021:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang didapatkan dari penelitian dapat digunakan untuk mengungkapkan, menggambarkan, dan menyimpulkan hasil pemecahan dari suatu masalah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:16) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Menurut Sugiyono (2021:15) metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menyebarkan kuesioner, wawancara terstruktur, dan sebagainya. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2021:147), penelitian

deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2021:325) dalam penelitian deskriptif data dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, uraian singkat, dan lain-lain, sehingga dapat menggambarkan objek penelitian. Dalam penelitian ini pendekatan penelitian deskriptif untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan mengenai *physical evidence*, harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan (Survey pada Pelanggan Kedai Kopi Sisi Situ). Sedangkan penelitian verifikatif adalah penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2021:329). Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *physical evidence* dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

3.2 Unit Observasi dan Lokasi Penelitian

Unit observasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Kedai Kopi Sisi Situ, sedangkan fokus penelitian adalah Kedai Kopi Sisi Situ yang berada di Kabupaten Purwakarta.

3.3 Definisi Variabel dan Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2021:38) menyatakan bahwa variabel adalah suatu atribut, nilai atau sifat objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Operasional variabel merupakan salah satu bagian dalam penelitian yang memegang peranan penting dan memiliki keterkaitan dengan variabel-variabel yang tertera pada judul dalam

penelitian. Operasionalisasi penelitian memiliki maksud dan tujuan untuk memberikan penjelasan serta penjabaran mengenai jenis, konsep, dimensi, indikator, ukuran, skala variabel dalam mencapai dan memperoleh tujuan dalam penelitian.

3.3.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2021:68) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Penelitian yang dilakukan menggunakan tiga variabel yang menjadi variabel bebas yaitu *physical evidence* (X1), Harga (X2) sebagai variabel independen. Kepuasan Pelanggan (Y) merupakan variabel intervening dan Loyalitas Pelanggan (Z) merupakan variabel dependen. Variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. *Physical Evidence* (Bukti Fisik) (X1)

Menurut Zeithml, Bitner dan Gremler (2017:26) *physical evidence* adalah “*the environment in which the service is delivered and where firm and customer interact, as well as any tangible components that facilitate performance or communication of the service*”.

2. Harga (X2)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Fatihudin dan Firmasnyah (2019:206) kepuasan pelanggan adalah ukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima, kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima).

4. Loyalitas Pelanggan (Z)

Menurut Cavallone (2017:35) menyatakan bahwa “*Loyalty is a consumer behavior that reflects a positive tendency towards a brand by continuing to buy a brand in the long term*”.

3.3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator yang akan menjadi bahan penyusunan instrumen kuesioner. Tujuannya untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Berdasarkan judul penelitian yaitu pengaruh *physical evidence* dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kopi Sisi Situ Wanayasa, terdapat empat variabel yang telah ditetapkan pada penelitian ini, dalam variabel-variabel ini terdapat indikator pengukuran yang kemudian dirumuskan menjadi item-item pernyataan yang akan digunakan pada kuesioner penelitian. Operasionalisasi variabel pada penelitian ini dijelaskan dengan lebih rinci pada tabel dibawah, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p><i>Physical Evidence (X1)</i></p> <p>Bukti fisik merupakan lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peran jasa itu.</p> <p>Zeithml dan Bitner (2018:278)</p>	<i>Facility Exterior</i>	Area bangunan	Keindahan bentuk dan penampilan bangunan	Ordinal	1
		Kebersihan lingkungan sekitar Kedai Kopi Sisi Situ	Tingkat kebersihan lingkungan sekitar Kedai Kopi Sisi Situ	Ordinal	2
		Ketersediaan tempat parkir yang luas di Kedai Kopi Sisi Situ	Tingkat keluasan tempat parkir yang tersedia di Kedai Kopi Sisi Situ	Ordinal	3
	<i>Facility Interior</i>	Dessain interior ruangan	Keindahan desain interior ruangan tertata rapih dan menarik	Ordinal	4
		Adanya petunjuk arah ruangan	Tingkat kejelasan gambaran visual untuk menyajikan informasi kepada customer seperti adanya petunjuk arah ruangan	Ordinal	5
	<i>Other Tangibles</i>	Pakaian karyawan rapih dan bersih	Tingkat kerapihan dan kebersihan karyawan	Ordinal	6
		Desain logo	Tingkat kemudahan untuk mengetahui logo	Ordinal	7
<p>Harga (X2)</p> <p>Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.</p>	Keterjangkauan Harga	Harga sesuai dengan kemampuan pelanggan	Tingkat kesesuaian harga dengan kemampuan pelanggan	Ordinal	8
		Harga bervariasi sesuai dengan jenis produk	Tingkat keberagaman harga sesuai dengan jenis produk	Ordinal	9

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Kotler dan Amstong (2018:52)	Kesesuain Harga dengan Kualitas	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal	10
		Harga sesuai dengan Produk yang diinginkan	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal	11
	Daya saing harga	Harga lebih terjangkau dibanding pesaing	Tingkat harga yang ditawarkan lebih terjangkau	Ordinal	12
		Pemberian potongan harga	Tingkat pemberian potongan harga	Ordinal	13
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat	Tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat	Ordinal	14
		Kesesuaian harga produk dengan harapan	Tingkat kesesuaian harga produk dengan harapan pelanggan	Ordinal	15
	Kepuasan Pelanggan Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas.	Harapan (<i>expectations</i>)	Bukti fisik sesuai dengan harapan pelanggan	Tingkat kesesuaian harapan terhadap bukti fisik	Ordinal
Harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan			Tingkat kesesuaian harapan terhadap harga	Ordinal	17
Kinerja (<i>performance</i>)		Kinerja karyawan dalam melakukan pelayanan <i>responsive</i>	Tingkat kinerja karyawan <i>responsive</i> dalam melakukan pelayanan	Ordinal	18
		Kinerja perusahaan (<i>cafe</i>) dalam mendesai	Tingkat kemampuan <i>cafe</i> dalam mendesain kenyamanan atas	Ordinal	19

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Kotler dan Keller (2018:138)		kenyamanan atas tempat yang menarik	tempat yang menarik		
Loyalitas Pelanggan (Z) <i>“Loyalty is a consumer behavior that reflects a positive tendency towards a brand by continuing to buy a brand in the long term”.</i> Cavallone (2017:5)	<i>Repeat Buyer</i>	Melakukan pembelian di kedai kopi sisi situ secara teratur	Tingkat pembelian ulang sangat teratur	Ordinal	20
	<i>Retention</i>	Tidak mudah terpengaruh oleh produk pesaing	Tingkat kekebalan pelanggan terhadap tarikan dari pesaing	Ordinal	21
		Tidak memiliki keinginan untuk berpindah produk selain membeli di Kedai Kopi Sisi Situ	Tingkat tidak ada ketertarikan untuk berpindah pada produk selain membeli di kedai kopi sisi situ	Ordinal	22
	<i>Referalls</i>	Merekomendasikan kedai kopi sisi situ kepada orang lain	Tingkat merekomendasikan untuk berkunjung ke kedai kopi sisi situ	Ordinal	23
		Memberikan informasi kepada orang lain mengenai produk kedai kopi sisi situ	Tingkat merekomendasikan produk kedai kopi sisi situ	Ordinal	24
	<i>Purchase across product and service lines</i>	Kesediaan pelanggan untuk membeli produk lain yang ditawarkan atau	Tingkat kesediaan pelanggan untuk membeli produk lain yang ditawarkan	Ordinal	25

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		disediakan kedai kopi sisi situ			

Sumber : Data Diolah peneliti, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

Dalam setiap penelitian memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti, sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi maka peneliti dapat melakukan pengolahan data, untuk mempermudah penelitian ada yang disebut sampel, yaitu bagian dari populasi. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan Teknik sampling tertentu.

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2021:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang idtetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah sejumlah bagian yang memiliki peran sebagai objek atau yang dimiliki objek tersebut dalam sebuah penelitian untuk membantu pada saat dilakukan pengolahan data. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh suatu objek. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung atau konsumen Kedai Kopi Sisi Situ Wanayasa:

Tabel 3.2
Jumlah Pengunjung Kedai Kopi Sisi Situ periode Januari-Desember 2022

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	774
Februari	621
Maret	738
April	482
Mei	697
Juni	563
Juli	359
Agustus	502
September	479
Oktober	339
November	411
Desember	536
Total	6501
Rata-rata	542

Sumber : Kedai Kopi Sisi Situ (2023)

Berdasarkan tabel 3.2 jumlah pengunjung Kedai Kopi Sisi Situ mengalami kenaikan dan penurunan pengunjung setiap bulannya. Rata-rata populasi Kedai Kopi Sisi Situ adalah sebanyak 542, hasil tersebut didapat dari total jumlah keseluruhan pengunjung yang datang selama bulan Januari 2022 hingga Desember 2022 kemudian di bagi dengan jumlah bulan tersebut, didapatlah rata-rata populasi sebesar 542 untuk kemudian dijadikan sampel.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistic atau berdasarkan estimasi penelitian. Menurut Sugiyono (2021:137) pengambilan sampel ini harus

dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus *representative* (mewakili). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi N sebanyak 542 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10), sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar n maka jumlah populasi n adalah :

$$n = \frac{542}{1 + 542 (0,1)^2} = 84,42$$

= 84,42 dibulatkan menjadi 85

Jadi diketahui dalam perhitungan, ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 84,42 dibulatkan menjadi 85 orang responden dengan tingkat kesalahan 10%

3.4.3 Teknik Sampling

Penerapan sampel penelitian menggunakan teknik sampling, sebagai bahan dari teknik pengambilan sampel. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan

sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan, pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* ini menurut Sugiyono (2021:136) menjelaskan bahwa “*non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Tujuan menggunakan *non probability sampling* karena memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling insidental*, *sampling purposive*, *sampling jenuh* dan *snowball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang dipilih dalam penelitian ini yaitu jenis *sampling insidental*. Menurut Sugiyono (2021:138) *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Berikut merupakan karakteristik sampel data responden dari teknik *insidental sampling* dalam penelitian ini.

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Konsumen	Keterangan
1	Jenis kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2	Usia	1. < 18 Tahun 2. 18 – 23 Tahun 3. 24 – 29 Tahun 4. 30 – 35 Tahun 5. > 35 Tahun
3	Pekerjaan	1. Pelajar 2. Mahasiswa 3. Wirausaha 4. PNS 5. Pegawai Swasta
4	Penghasilan per-bulan	1. < Rp 1.000.000,- per bulan 2. Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000 per bulan 3. Rp 2.600.000 – Rp 3.500.000 per bulan 4. >Rp 3.500.000 per bulan
5	Frekuensi Berkunjung ke Kedai Kopi Sisi Situ (dalam 1 bulan)	1. < 2 kali 2. > 2 kali

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2023)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2020:194) jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Pengamatan (*Observation*)

Mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di Kedai Kopi Sisi Situ. Menurut Sugiyono (2021:203) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak Kedai Kopi Sisi Situ menurut Sugiyono (2021:195) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan atau pihak yang berwenang atau bagian lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner akan diberikan kepada konsumen Kedai Kopi Sisi Situ. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2021:200) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan satu persatu kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan.

Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan data pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2021:121), pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas dan reliabilitas merupakan syarat yang harus dilakukan dalam penelitian kuantitatif yang bersumber dari data primer menggunakan alat ukur kuesioner. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan kuesioner yang dibagikan kepada responden yang berkaitan sebagai alat ukurnya untuk kemudian dijadikan sebagai data primer pada penelitian ini. Data yang telah didapat kemudian dikumpulkan untuk selanjutnya dicari tahu mengenai pengaruh daripada variabel-variabel dalam penelitian ini.

3.6.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Menurut Sugiyono (2021:175) valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika nilai koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai koefisiennya di bawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari tahu nilai koefisien tersebut digunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x^2)] [n \sum y^2 - (\sum y^2)]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

R = Koefisien validiras item yang dicari

X = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

Y = Skor total instrumen

N = Jumlah responden dalam uji instrumen

ΣX = Jumlah hasil pengamatan variabel X

ΣY = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

ΣXY = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat pada masing–masing skor X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat pada masing–masing skor Y.

Koefisien kolerasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku menurut sugiyono (2021:215), sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka insrtumen atau item pertanyaan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka insrtumen atau item pertanyaan tidak berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Penelitian yang dilakukan memerlukan pengujian untuk mengukur data-data yang ada. Salah satu pengujian data yang diperlukan dalam penelitian adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan sebagai salah satu alat ukur untuk mengetahui apakah suatu intrumen (kuesioner) dapat dipakai lebih dari satu kali dengan responden yang sama namun tetap memberikan hasil yang konsisten, tetap

dan juga akurat atau malah sebaliknya. Uji reliabilitas juga merupakan alat ukur yang dimanfaatkan untuk menghasilkan angka indeks yang konsisten dalam melakukan pengukuran pada gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2021:185) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid.

Pelaksanaan dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan metode *Cronbach Alpha* (CA) yaitu metode mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*. Berkenaan dengan hal tersebut melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Kolerasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus:

$$r_{AB} = \frac{n(\Sigma AB) - (\Sigma A)(\Sigma B)}{\sqrt{[(n\Sigma A^2) - (\Sigma A^2)] [(n\Sigma B^2) - (\Sigma B^2)]}}$$

Keterangan:

r_{AB} = Kolerasi *Pearson Product Moment*

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣA = Jumlah perkiraan skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus kolerasi *spearman brown* sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r = Nilai reliabilitas internal seluruh instrument

r_b = Kolerasi product moment antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah mendapatkan nilai reabilitas (r hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata, dengan keputusan sebagai berikut :

- a. Bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka insrtumen tersebut dikatan reliabel.
- b. Bila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka insrtumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliable.

3.7 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2021:206), analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah melakukan pengumpulan data, kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen – elemen yang akan diteliti. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuisisioner dapat dikelompokkan dalam tiga langkah, yaitu : persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Persiapan ialah kelengkapan lembar kuisisioner serta memeriksa kebenaran cara pengisian. Selanjutnya melakukan tabulasi hasil kuisisioner dan memberikan nilai (*scoring*) dengan skala likert Sugiyono (2021:146) mengatakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif sebagai berikut :

Tabel 3.4
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
KS (Kurang Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : Sugiyono (2020:147)

Berdasarkan tabel 3.3 terdapat alternatif jawaban yang digunakan dalam skala likert dengan bobot nilai item-item pada kuesioner. Alternatif jawaban tersebut merupakan bobot nilai untuk item-item pernyataan yang tertera dalam kuesioner. Bobot nilai yang ada pada skala likert dimaksudkan untuk

mempermudah responden dalam menjawab pernyataan yang ada di kuesioner dan memudahkan peneliti dalam mengolah data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Metode yang digunakan untuk menganalisis data bertujuan dalam memperjelas data yang telah ada, yaitu dengan tidak menambahkan atau menguranginya dan tidak bertujuan untuk membuat suatu kesimpulan dengan cara menyamaratakannya. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif sebagai salah satu metode untuk menganalisis data. Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan sebuah gambaran atau penjelasan mengenai situasi, kondisi, dan kejadian yang ada dengan lebih terstruktur dan mengikuti variabel-variabel dalam penelitian.

Menurut Sugiyono (2021:325), analisis deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Dalam penelitian deskriptif data dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, uraian singkat, dan lain-lain, sehingga dapat menggambarkan objek penelitian. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui mengenai kondisi *physical evidence* (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (Z).

Total skor dari jawaban para responden yang telah terkumpul, selanjutnya disusun sesuai dengan kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Mendeskripsikan data untuk tiap-tiap variabel dalam penelitian disusun dengan tabel distribusi frekuensi, hal ini dilakukan untuk dapat mengetahui apakah

perolehan nilai (skor) variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata dapat dilakukan dengan cara menjumlahkan jawaban dari skor kuesioner dibagi dengan jumlah pertanyaan kemudian dikalikan dengan jumlah responden yang ada. Menurut Sugiyono (2017) cara perhitungannya yakni sebagai berikut:

$$\Sigma p = \frac{\Sigma \text{Jawaban Kuisisioner}}{\Sigma \text{Pertanyaan} \times \Sigma \text{Responden}} \times 100\% = \text{skor rata - rata}$$

Skor rata-rata yang telah diketahui dengan cara perhitungan tersebut, hasil dari skor rata-rata tersebut dimasukkan ke dalam sebuah garis kontinum dengan kecenderungan jawaban dari responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor. Kemudian, apabila hal tersebut telah dilakukan, selanjutnya akan dikelompokkan pada ruang skor yang ada. Dibawah ini adalah rumus rentang skor untuk mengkategorikannya, yakni sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kriteria jawaban}}$$

Keterangan :

Skor Minimum = 1

Skor Maksimum = 5

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

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut:

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00-1,80 maka dikategorikan sangat tidak baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81-2,60 maka dikategorikan tidak baik

3. Jika memiliki kesesuaian 2,61-3,40 maka dikategorikan kurang baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41-4,20 maka dikategorikan baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21-5,00 maka dikategorikan sangat baik

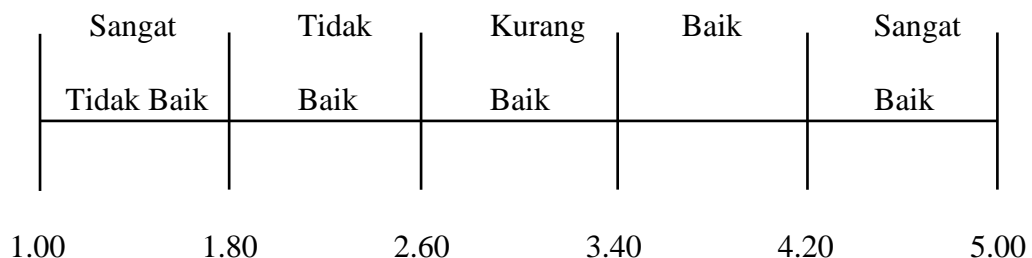
Tafsiran nilai tersebut dapat diidentifikasi. Ke dalam garis kontinum sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kategori Skala

Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Kurang Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2021:148)

Setelah ini rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum yang disajikan sebagai berikut:



Sumber : Sugiyono (2021)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, sehingga diperoleh hasil yang memperkuat atau menggugurkan teori atau hasil penelitian sebelumnya. Metode

kuantitatif (verifikatif) juga merupakan metode pengolahan data dalam bentuk angka. Menurut Sugiyono (2021:329) analisis verifikatif adalah penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang kredibel.

3.7.2.1 *Method of Successive Interval* (MSI)

Method of Successive Interval (MSI) merupakan proses mengubah data ordinal menjadi interval. Hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan sebelumnya menghasilkan data sementara yang harus diolah karena bentuknya masih merupakan skala ordinal dan harus diubah dari skala ordinal menjadi interval. Hal tersebut karena menggunakan metode analisis linear berganda dalam pengolahan datanya. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan menggunakan teknik *Method of Successive Interval* (MSI). Berikut adalah langkah-langkah *Method of Successive Interval* (MSI) pada halaman selanjutnya.

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap item pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar ditentukan nilai Z.

6. Menentukan nilai skala (*scale value/SV*)

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Keterangan :

Sv (Scale Value) : Rata-rata Interval

Density at lower limit : Kepaduan batas bawah

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Area under upper limit : Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : Daerah dibawah batas bawah

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus :

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

Keterangan : Nilai Sv terkecil atau nilai negative terbesar diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

Pengolahan data dalam penelitian ini untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal kedalam skala ordinal kedalam skala interval.

3.7.2.2 Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk mengetahui sebab akibat, dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel independen dengan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2021:46) analisis jalur merupakan bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat menyangkut dua jenis variabel yaitu variabel

bebas atau yang lebih dikenal dengan variabel independen yang biasa disimbolkan dengan huruf X_1, X_2, \dots, X_m , dan variabel terikat atau variabel dependen variabel yang dipengaruhi, yang dikenal dengan dependen variabel yang disimbolkan dengan huruf Y_1, Y_2, \dots, Y_n (Juanim, 2020:57).

Pengaruh independent variabel dan dependen variabel dalam analisis jalur dapat berupa pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung (*direct dan indirect effect*). Hal ini berbeda dengan nilai regresi biasa dimana pengaruh variabel independent dan variabel dependen hanya berbentuk pengaruh langsung. Menurut Juanim (2020:57) pengaruh tidak langsung suatu independent variabel terhadap dependen variabel adalah melalui variabel lain yang disebut dengan variabel antara (*intervening variable*). Adapun syarat atau asumsi-asumsi yang diperlukan dalam penggunaan analisis jalur (*path analysis*) yaitu:

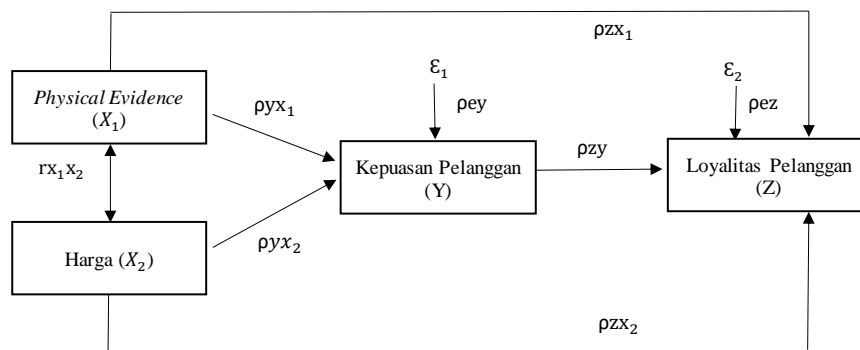
1. Hubungan antarvariabel dalam model adalah linier dan adatif.
2. Seluruh error (residual) diasumsikan tidak berkorelasi dengan yang lainnya.
3. Variabel diasumsikan dapat diukur secara langsung.
4. Model hanya berbentuk *recursive* atau searah.
5. Variabel-variabel diukur oleh skala interval.

Faktor determinan yaitu penentuan variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen, juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur-jalur) pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Alasan dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur karena peneliti ingin mengetahui pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dari

setiap variabel yang diteliti.

3.7.2.3 Path Diagram

Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis, struktur hubungan kausalitas antar variabel independen, intervening dan dependen. Dalam analisis jalur, variabel-variabel yang dianalisis kausalitasnya dibedakan menjadi variabelitasnya diasumsikan terjadi oleh bukan karena penyebab-penyebab didalam model, atau dengan kata lain variabel ini tidak ada yang mempengaruhi, sedangkan variabel endogen adalah variabel yang variasinya dijelaskan oleh variabel eksogen atau pun variabel endogen lain dalam sistem (Juanim 2020:58). Variabel eksogen pada penelitian ini adalah *physical Evidence* (X_1) dan harga (X_2), sedangkan variabel endogen adalah kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas pelanggan (Z). Model hubungan antara variabel yang telah dijelaskan tersebut dapat dilihat melalui diagram jalur yaitu sebagai berikut:



Gambar 3.2
Model Analisis Jalur Keseluruhan

Besarnya pengaruh variabel eksogen dan variabel endogen dapat dilihat melalui koefisien jalur mengindikasikan besarnya jalur dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen. Koefisien jalur mengindikasikan besarnya jalur suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen. Koefisien jalur biasanya dicantumkan

pada diagram jalur yang dinyatakan dengan nilai *numeric* untuk mengestimasi koefisien jalur, jika hanya satu variabel eksogen (X) mempengaruhi secara langsung terhadap variabel endogen Y, maka ρ_{yx} di estimasi dengan korelasi sederhana (*simple correlation*) antara X dan Y jadi $\rho_{yx} = r_{xy}$ (Juanim, 2020:59). Untuk lebih memperjelas koefisien jalur dapat dilihat pada sebuah path diagram yang ada di gambar 3.2 dalam gambar tersebut dapat kita lihat koefisien jalur sebagai berikut:

1. $r_{x_1x_2}$ adalah koefisien korelasi antara variabel X_1 dengan X_2
2. ρ_{yx_1} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_1 terhadap Y
3. ρ_{yx_2} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_2 terhadap Y
4. ρ_{zy} adalah jalur untuk pengaruh langsung Y terhadap Z
5. ρ_{zx_1} adalah jalur untuk pengaruh langsung X_1 terhadap Z
6. ρ_{zx_2} adalah jalur untuk pengaruh langsung X_2 terhadap Z
7. ε adalah pengaruh faktor lain
8. ρ_{ye_1} adalah jalur untuk pengaruh langsung ε_1 terhadap Y
9. ρ_{ze_2} adalah jalur untuk pengaruh langsung ε_2 terhadap Z

3.7.2.4 Persamaan Struktural

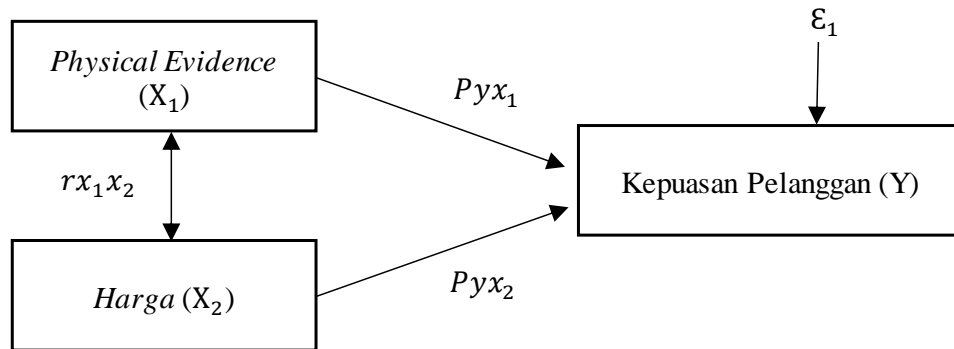
Penggunaan diagram jalur untuk menyatakan model yang dianalisis, dalam analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan struktural. Persamaan struktural, menggambarkan hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti dan yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis. menurut Juanim (2020:60). Analisis ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut :

1. Persamaan jalur substruktur pertama

$$Y = \rho_{yx_1}X_1 + \rho_{yx_2}X_2 + \varepsilon_1$$

Persamaan struktural 1 menyatakan hubungan kausal dari X_1 dan X_2 ke Y .

Digambarkan dalam diagram 3.3 sebagai berikut :



Gambar 3.3

Model Struktur I Hubungan X_1 , X_2 , dengan Y

Dimana:

X_1 = *Physical Evidence*

X_2 = Harga

Y = Kepuasan Pelanggan

ε = Faktor yang mempengaruhi Y selain X

rx_1x_2 = hubungan *physical evidence* dengan harga

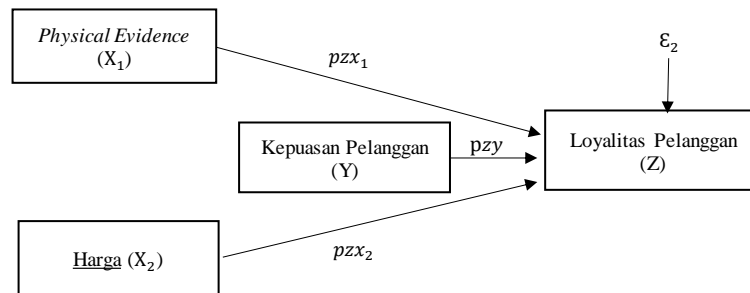
Keterangan : pyx_1 pyx_2 = nilai korelasi *physical evidence* dengan harga

Untuk analisis jalur, koefisien yang digunakan adalah Beta atau standar koefisien (*standardized coefficients*). Untuk mengetahui hal lain diluar model (*error*) dihitung dengan rumus $\varepsilon = 1-R^2$.

2. Persamaan Jalur Substruktur kedua

$$Z = \rho_{zx_1}X_1 + \rho_{zx_2}X_2 + \rho_{zy} + \varepsilon_2$$

Persamaan strukturan II menyatakan hubungan kausal dari X_1 , X_2 , Y ke Z .
digambarkan dalam diagram 3.4 sebagai berikut :



Gambar 3.4
Model Struktur II Hubungan X₁, X₂ dan Y terhadap Z

Dimana :

X_1 = *Physical Evidence*

X_2 = Harga

Y = Kepuasan Pelanggan

Z = Loyalitas Pelanggan

ϵ = pengaruh faktor lain

1.7.2.5 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Analisis jalur memperhitungkan pengaruh langsung dan tidak langsung, yang dapat dilihat berdasarkan diagram jalur. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variabel independent ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya. Sedangkan, pengaruh tidak langsung adalah situasi dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen melalui variabel lain yang disebut variabel intervening (Juanim, 2020:62). Pengaruh langsung (*Direct Effect*) dan pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) dapat dilihat dalam penjelasan dibawah ini :

1. Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Pengaruh langsung merupakan hasil dari X_1 dan X_2 terhadap Y , dan dari Y terhadap Z atau lebih sederhananya dapat disajikan sebagai berikut.

$$X_1 \longrightarrow Y = \rho_{yx_1}$$

$$X_2 \longrightarrow Y = \rho_{yx_2}$$

$$Y \longrightarrow Z = \rho_{zy}$$

2. Pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*)

Pengaruh tidak langsung merupakan hasil dari X terhadap Z melalui Y , atau lebih sederhana dapat dilihat sebagai berikut :

$$X_1 \longrightarrow Y \longrightarrow Z = \rho_{yx_1} \cdot \rho_{zy}$$

$$X_2 \longrightarrow Y \longrightarrow Z = \rho_{yx_2} \cdot \rho_{zy}$$

1.7.2.6 Analisis Korelasi

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel *Physical Evidence* (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (Z) dengan rumus sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{JK(reg)}{\Sigma Y^2}$$

Keterangan :

r^2 = Koefisien korelasi berganda

$JK_{(reg)}$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total korelasi

Mencari JK_{reg} dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$JK_{reg} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Dimana :

$$\sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

Untuk memperoleh nilai $\sum Y^2$, maka digunakan rumus :

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

Berdasarkan nilai koefisien korelasi (r) yang diperoleh dapat dihubungkan - $1 < R < 1$, sedangkan untuk masing-masing nilai r adalah sebagai berikut:

1. Apabila $r=1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2, Y dan variabel Z semua positif sempurna
2. Apabila $r=-1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2, Y dan variabel Z negatif sempurna.
3. Apabila $r=0$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X1, X2, Y dan variabel Z.
4. Apabila nilai r berada diantara -1 dan 1, maka tanda (-) menyatakan adanya korelasi tak langsung antara korelasi negatif dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.6
Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2020:248)

3.7.3 Uji Hipotesis

Menurut Huna dan Suryana (2017:26) hipotesis dapat diartikan sebagai rumusan jawaban sementara atau dugaan sehingga untuk membuktikan benar atau tidaknya dugaan tersebut perlu diuji terlebih dahulu. Sama halnya dengan Sugiyono (2021:64) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak ada pengaruh physical evidence dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_0), pengujian hipotesis dilakukan dengan cara berikut:

1.7.3.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Terdapat dua uji hipotesis secara parsial dalam analisis jalur, yaitu uji hipotesis pada persamaan struktural I dan II, uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan secara parsial atau satu-satu pengaruh variabel

independent terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 10% dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r - \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

- t = Uji hipotesis parsial dengan uji t
- r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
- n = Banyaknya sampel dalam penelitian

Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir atau tingkat signifikansinya dalam penelitian menggunakan SPSS ini ditetapkan $\alpha = 0,05$, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diolak, H_a diterima.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

Rancangan hipotesis untuk Uji t (parsial) adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh *physical evidence* (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
 - a. $H_0 : \rho_{yx_1} = 0$ Tidak terdapat pengaruh Pengaruh *physical evidence* terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. $H_0 : \rho_{yx_1} \neq 0$ Terdapat pengaruh Pengaruh *physical evidence* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh harga (X2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)
 - a. $H_0 : \rho_{yx_2} = 0$ Tidak terdapat pengaruh Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

- b. $H_0 : \rho_{yx_2} \neq 0$ Terdapat pengaruh Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
- 3. Pengaruh Kepuasan pelanggan (Y) terhadap Loyalitas pelanggan (Z)
 - a. $H_0 : \rho_{zy} = 0$ Tidak terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
 - b. $H_0 : \rho_{zy} \neq 0$ Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
- 4. Pengaruh *physical evidence* (X1) terhadap Loyalitas pelanggan (Z)
 - a. $H_0 : \rho_{zx_1} = 0$ Tidak terdapat pengaruh *physical evidence* terhadap loyalitas pelanggan.
 - b. $H_0 : \rho_{zx_1} \neq 0$ Terdapat pengaruh *physical evidence* terhadap loyalitas pelanggan.
- 5. Pengaruh harga (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Z)
 - a. $H_0 : \rho_{zx_2} = 0$ Tidak terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan,
 - b. $H_0 : \rho_{zx_2} \neq 0$ Terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan

1.7.3.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan atau keseluruhan pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen melalui variabel intervening yaitu *physical evidence* dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

melalui Kepuasan Pelanggan. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, untuk mengetahui tingkat signifikannya menggunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{(n - k - 1) R^2}{K (1 - R^2)}$$

Keterangan:

Keterangan :

F = Uji hipotesis simultan dengan uji F

R^2 = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel independen(bebas)

n = Jumlah sampel

Nilai untuk uji F dilihat dari tabel distribusi F dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat bebas (K; n-k-1), selanjutnya F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diolak, H_a diterima (Signifikan).
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 terima, H_a ditolak (Tidak signifikan).

Rancangan hipotesis simultan (uji F) sebagai berikut :

6. Pengaruh *physical evidence* (X1) dan harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) serta dampaknya pada Loyaitas pelanggan (Z)
 - a. $H_0 : \rho_{zyx} = 0$ Tidak terdapat pengaruh *physical evidence* (X1) dan harga (X2) melalui Loyaitas pelanggan (Z).
 - b. $H_0 : \rho_{zx_2} \neq 0$ Terdapat pengaruh *physical evidence* (X1) dan harga (X2) melalui Loyaitas pelanggan (Z).

1.7.3.3 Analisis Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjalankan varian dan variabel terkaitnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien Korelasi (r). Hal ini menjelaskan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varian dan variabel terikatnya. Koefisien determinasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent terhadap dependen yang dinyatakan dalam presentasi dengan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = kuadrat dari koefisien kolerasi ganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Nilai koefisien determinasi yakni antara 0 sampai 1 ($0 \leq Kd \leq 1$). Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap dependen (Y) rendah.
- b. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap dependen (Y) tinggi.

Kriteria untuk analisis koefisien korelasi ganda adalah :

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independent terhadap dependen lemah.

- b. Jika K_d mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen kuat.

3.8 Rancangan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2021:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai variabel *physical evidence*, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Rancangan kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang diberikan pada responden telah dibatasi atau telah ditentukan oleh peneliti. Sehingga responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan, seperti terdapat alternatif jawaban sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

3.9 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada pelanggan Kedai Kopi Sisi Situ Jl. Raya Barat Wanayasa, Wanayasa, Kec. Wanayasa, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat 41174. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Januari 2023 sampai selesai.