

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu proses penyelidikan secara ilmiah dalam melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dan informasi untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data guna menjawab pertanyaan penelitian, kemudian data dan informasi yang telah didapatkan diolah untuk kegunaan tertentu Menurut Sugiyono (2022:2) metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian.. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada pelanggan *ManA Sosial Cafe* dengan menggunakan metode survei, dimana peneliti melakukannya untuk mendapatkan data yang sesuai untuk memecahkan masalah, pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (2022:27) metode survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah dari data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”.

Tujuan penelitian survei adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail dengan latar belakang, sifat-sifat, serta karakteristik yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum. Data penelitian yang diperoleh tersebut, dianalisis secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022:7) metode penelitian kuantitatif diartikan juga sebagai metode penelitian yang dilandasi filsafat *positivism*, diterapkan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Syahza (2021:29) secara harfiah, metode penelitian deskriptif adalah metode yang bertujuan untuk menghasilkan penelitian secara deskripsi, penjelasan mengenai situasi-situasi atau fenomena-fenomena. Penelitian deskriptif dalam arti ini adalah bermaksud untuk menemukan jawaban atas rumusan masalah nomor 1, 2, dan 3 sebagaimana untuk mengetahui tanggapan pelanggan mengenai kualitas produk pada *ManA Social Cafe*, tanggapan pelanggan mengenai *people* pada *ManA Social Cafe*, tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pada *ManA Social Cafe*.

Menurut Sugiyono (2022:55) metode penelitian verifikatif adalah metode penelitian yang bermaksud untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih, metode ini digunakan untuk menguji keabsahan dari suatu hipotesis yang diteliti. Hipotesis diuji dengan menggunakan metode statistik, sehingga dapat diambil hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis diterima atau ditolak. Metode verifikatif dalam arti ini adalah bermaksud untuk menemukan jawaban atas rumusan masalah

yang terakhir, yaitu seberapa besar pengaruh kualitas produk dan *people* terhadap kepuasan pelanggan pada *ManA Social Cafe* secara simultan dan parsial.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Definisi variabel dan operasional variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang perlu diartikan dengan jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman. Definisi variabel dalam penelitian ini menjelaskan jenis-jenis variabel yang dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsi variabel dalam hubungan antar variabel serta skala variabel yang digunakan. Operasionalisasi variabel menjabarkan variabel atau sub variabel kepada konsep, dimensi, indikator yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel penelitian. Operasionalisasi variabel pada penelitian juga merupakan unsur terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil rumusan masalah.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:38) menyatakan bahwa variabel penelitian didefinisikan sebagai atribut seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

Penelitian ini terdapat empat variabel yang akan diteliti, yaitu variabel kualitas produk (X_1), *people* (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y). variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2022:39) menyatakan bahwa variabel *independent* sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Variabel *independent* dikenal sebagai variabel bebas yang berarti variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Produk (X_1)

Pengertian kualitas produk menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2019:215) Kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik produk makanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang ditentukan oleh berbagai faktor seperti rasa, aroma, warna, tekstur, kesegaran, presentasi, dan kesehatan.

b. Variabel *People* (X_2)

Pengertian *people* menurut Fandy Tjiptono (2020:61), *People* atau orang dapat diartikan bahwa semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat atau disebut dengan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2022:57). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

a. Kepuasan Pelanggan (Y)

Pengertian kepuasan pelanggan menurut Kotler, Keller, dan Chernev (2022:448) “*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product received performance (or outcome) in relation to his or her expectations*”.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan tahapan dalam penelitian dimana variabel-variabel yang berada di dalam penelitian ini akan dijelaskan secara jelas dan rinci, guna penulis dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. selain itu juga memberikan kemudahan kepada penulis untuk mengidentifikasi variabel penelitian dan menghindari adanya persepsi dalam penelitian. Sesuai dengan judul penelitian maka terdapat tiga variabel yaitu Kualitas Produk (X_1), *People* (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y), Ketiga variabel tersebut dapat penulis gunakan untuk menetapkan dimensi variabel, kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator lalu diperluas lagi menjadi item-item pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran. Pengolahan data yang akan dilakukan memerlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala dimana variabel penelitian akan diukur dengan skala interval. Berikut ini untuk mengetahui secara lebih rinci mengenai operasionalisasi variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
<p>Kualitas Produk (X1)</p> <p>Kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik produk makanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang ditentukan oleh berbagai faktor seperti rasa, aroma, warna, tekstur, kesegaran, presentasi, dan kesehatan.</p> <p>Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2019:215)</p>	1. Rasa	a. Kelezatan produk yang ditawarkan	Tingkat kelezatan pada produk	Ordinal	1
		b. Konsistensi rasa pada produk yang disajikan	Tingkat konsistensi rasa pada produk yang disajikan	Ordinal	2
	2. Aroma	a. Kekuatan aroma pada produk yang disajikan	Tingkat kekuatan aroma pada produk yang disajikan	Ordinal	3
		b. Kesesuaian aroma dengan rasa	Tingkat kesesuaian aroma dengan rasa	Ordinal	4
	3. Tekstur	a. Kelembutan atau kekerasan pada produk yang ditawarkan	Tingkat kelembutan atau kekerasan pada produk yang disajikan	Ordinal	5
		b. Sensasi tekstur	Tingkat sensasi tekstur yang menyenangkan	Ordinal	6
	4. Kesegaran	a. Menyajikan produk yang tidak bau atau basi	Tingkat kesegaran bahan-bahan yang disajikan	Ordinal	7
		b. Kualitas bahan mentah	Tingkat kualitas bahan mentah yang segar	Ordinal	8
	5. Presentasi	a. Menyajikan produk dengan tampilan yang menarik	Tingkat kemenarikan produk yang disajikan	Ordinal	9
		b. Porsi yang disajikan seimbang	Tingkat porsi yang disajikan seimbang	Ordinal	10
	6. kesehatan	a. Kehigienisan produk	Tingkat higienis alat-alat yang berhubungan dengan penyajian	Ordinal	11
		b. Kebersihan alat dan bahan yang digunakan	Tingkat kebersihan alat dan bahan yang digunakan	Ordinal	12
<p>People (X2)</p> <p>People atau orang dapat diartikan bahwa semua manusia yang berperan</p>	Kompetensi	a. Keterampilan penyajian dan pelayanan karyawan	Tingkat keterampilan penyajian dan pelayanan karyawan	Ordinal	13

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. item	
<p>memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli</p> <p>Fandy Tjiptono (2020:61)</p>		b. Mampu menangani situasi darurat	Tingkat kemampuan menangani situasi darurat	Ordinal	14	
	Kesopanan	a. Karyawan melayani pelanggan dengan ramah dan sopan	Tingkat kesopanan dan keramahan melayani pelanggan	Ordinal	15	
		b. Karyawan menghargai pelanggan	Tingkat menghargai pelanggan	Ordinal	16	
	Selektif	a. Selektif dalam merekrut pekerja/karyawan	Tingkat selektif dalam merekrut karyawan	Ordinal	17	
		b. Karyawan selektif dalam pemilihan bahan baku dan hidangan yang berkualitas	Tingkat selektif karyawan dalam pemilihan bahan baku dan hidangan yang berkualitas	Ordinal	18	
	Komunikatif	a. Karyawan cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	Tingkat kemampuan berkomunikasi karyawan dalam menangani keluhan pelanggan	Ordinal	19	
		b. Penyampaian informasi mengenai menu dan ketersediaan	Tingkat kemampuan karyawan dalam menjelaskan menu dan persediaan yang sudah habis	Ordinal	20	
	<p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p> <p><i>Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from</i></p>	Kinerja (Performance)	a. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan	Ordinal	21
			b. Kepuasan pelanggan terhadap <i>people</i> /karyawan di <i>ManA Sosial Cafe</i>	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap <i>people</i> /karyawan di <i>ManA Sosial Cafe</i>	Ordinal	22

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
<i>comparing a product received performance (or outcome) in relation to his or her expectations</i> Kotler, Keller, dan Chernev (2022:448)	Harapan (<i>expectation</i>)	a. Kualitas dari produk sudah sesuai dengan harapan pelanggan	Tingkat kualitas produk yang disajikan sudah sesuai dengan harapan	Ordinal	23
		b. Pelayanan yang diberikan oleh <i>people</i> /karyawan <i>ManA Sosial Cafe</i> sudah sesuai dengan harapan pelanggan	Tingkat pelayanan yang diberikan oleh <i>people</i> /karyawan <i>ManA Sosial Cafe</i> sudah sesuai dengan harapan	Ordinal	24

Sumber: Data diolah oleh peneliti, (2024)

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

Populasi merupakan segala sesuatu yang dijadikan objek penelitian. Populasi digunakan sebagai sumber data untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, dengan menentukan populasi maka penulis mampu melakukan pengolahan data. Setelah menentukan populasi yang akan diteliti untuk mempermudah pengelolaan data maka penulis mengambil bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian yang disebut sampel. Populasi dan sampel pada penelitian ini didasarkan pada kebutuhan penelitian dengan melibatkan pelanggan *ManA Sosial Cafe* sebagai objek penelitian.

3.3.1 Populasi

Pengertian Populasi menurut Sugiyono (2022:130) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang

mengunjungi dan melakukan pembelian di *ManA Social Cafe* dalam jangka waktu satu tahun (Januari-Desember, 2023) yaitu sebanyak $17.840/12$ bulan = 1.487 orang. Berikutnya penulis menyajikan data jumlah pengunjung pelanggan *ManA Social Cafe* dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Data Pengunjung Customer ManA Social Cafe Tahun 2023

No.	Bulan	Jumlah Pelanggan	Jumlah Perubahan	Persentase Perubahan
1	Januari	1.862	-	-
2	Februari	1.415	(-) 447	-24%
3	Maret	1.358	(-) 57	-4%
4	April	1.927	(+) 569	+42%
5	Mei	2.048	(+) 121	+6%
6	Juni	1.480	(-) 568	-27,7%
7	Juli	1.290	(-) 247	-16%
8	Agustus	1.205	(-) 85	-7%
9	September	1.495	(+) 290	+24%
10	Oktober	1.015	(-) 650	-39%
11	November	1.259	(+) 244	+24%
12	Desember	1.126	(-) 133	-11%
Total				17.840
Rata-rata				1.487

Sumber: Data *ManA Social Cafe*, (2023)

3.3.2 Sampel

Pengertian Sampel menurut Sugiyono (2022:81) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang diambil dari populasi tersebut. Sampel diambil karena terdapat keterbatasan baik material maupun populasinya yang banyak dalam melakukan penelitian. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Oleh karena itu sampel yang

diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili (Sugiyono, 2022:81). Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan metode atau teknik sampling tertentu. Sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi penelitian. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil begitu pun sebaliknya. Dalam penelitian ini, sampel diambil dari populasi dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) dan penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

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

Populasi yang akan diteliti adalah sebanyak 1.487 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) atau dengan kata lain tingkat keakuratannya sebesar 90%. Maka jumlah sampel yang didapatkan dengan menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.487}{1 + (1.487)(0,1)^2}$$

=93,6 dibulatkan menjadi 94

3.3.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2022:82) *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random*, *sampling area (cluster) sampling* (*sampling* menurut daerah).

Pengertian *Non Probability Sampling* menurut Sugiyono (2022:84) *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, *snowball*. Dalam pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability*, Salah satu teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*.

Pengertian *accidental sampling* menurut Sugiyono (2022:85) menyatakan Teknik *accidental sampling* sebagai teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel responden yang dipilih merupakan pengunjung yang akan membeli produk. Berikut karakteristik responden yang akan digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.3
Karakteristik Sampel Data Responden

No.	Karakteristik Responden	keterangan
1.	Jenis kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2.	Usia	1. < 20 tahun 2. 21 – 25 tahun 3. 25 – 30 tahun 4. > 30 tahun
3.	Pekerjaan	1. Pelajar/Mahasiswa 2. PNS 3. Pegawai Swasta 4. Lainnya
4.	Pendapatan	1. <Rp. 2.000.000 2. Rp. 2.000.000 – Rp. 3.500.000 3. 3.600.000 – Rp. 5.000.000 4. >Rp. 5.000.000

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis, (2024)

Berdasarkan Tabel 3.3 yang telah disajikan di atas dapat diketahui bahwa terdapat karakteristik responden yang akan ditanyakan dalam kuesioner untuk mengetahui karakteristik dari pelanggan *ManA Social Cafe* yang dipilih berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan oleh penulis untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk mendukung penyelesaian pada masalah yang diteliti. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara juga berbagai sumber. Di dalam penelitian ini terdapat dua jenis sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder (Sugiyono, 2022:137). Adapun berbagai sumber

dan teknik pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Teknik penelitian lapangan merupakan data yang diperoleh secara langsung pada objek penelitian atau pada pelanggan, untuk memperoleh informasi data yang lebih akurat dalam penyebaran kuesioner, observasi, dan wawancara dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Pengamatan (*observation*)

Pengertian Observasi menurut Sugiyono (2022:145) Observasi yaitu teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Data yang diperoleh dikumpulkan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di *ManA Social Cafe*.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan pelanggan maupun pihak *ManA Social Cafe*. Menurut Sugiyono (2022:137) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila penulis ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

c. Kuesioner (angket)

Kuesioner akan diberikan kepada pelanggan *ManA Social Cafe*. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2022:143) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila penulis tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder dengan mengumpulkan data *file* laporan perusahaan dan data-data lain yang berhubungan dengan penelitian yang dapat membantu proses penyelesaian penelitian seperti:

a. Buku

referensi teori-teori yang digunakan sebagai sumber bahan rujukan yang menjadi dasar penelitian yang terpercaya dan sebagai bahan pertimbangan

untuk kenyataan di lapangan. Dan juga dapat digunakan untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian.

b. Jurnal

Jurnal adalah data pendukung yang berasal dari jurnal penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh penulis lainnya dan yang berhubungan dengan penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian yang dilakukan.

c. Internet

Internet merupakan cara mencari data atau informasi yang berhubungan dengan topik penelitian, yang di publikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, buku, makalah maupun karya tulis.

3.5 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data ini menguraikan atau menjelaskan metode-metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Metode analisis data sangat tergantung pada jenis penelitian dan metode penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data diikuti dengan pengujian hipotesis penelitian.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang dikumpulkan. Sugiyono, (2022: 267) Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh penulis. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui

valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Pada penelitian ini metode untuk mencari nilai korelasi adalah dengan 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 = Koefisien validitas item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item
- y = Skor total instrumen
- n = Banyaknya responden
- $\sum x$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X
- $\sum y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y
- $\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y
- $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X
- $\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis adalah:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi

signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Uji validitas menurut Sugiyono (2022:126) syarat minimum untuk suatu butir instrumen pernyataan dianggap valid adalah jika nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 ke atas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2022:268). Uji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan metode *split half item* yang dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item genap. Kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Apabila korelasi 0,7 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi di bawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel. Adapun rumus untuk mencari reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r_b = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n \sum A^2) - (\sum B)^2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya responden

A = Skor item pertanyaan ganjil

B = Skor item pertanyaan genap

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya hasil tersebut dimasukkan ke dalam rumus *Spearman Brown* dengan rumus sebagai berikut:

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

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data dalam penelitian kuantitatif merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data adalah dengan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan untuk penelitian.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan (kuesioner/angket, di mana variabel X₁ (Kualitas Produk), variabel X₂ (*People*), dan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda. Setiap pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif. Untuk mengukur

pendapat responden dalam penelitian ini digunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2022:93) Skala *likert* yaitu skala yang 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. Kemudian, indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item- item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut ini adalah penjelasan 5 (lima) poin skala *likert* (Sugiyono, 2022):

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Penelitian ini menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat tidak setuju memiliki nilai 1 (satu). Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan kedua variabel di atas (variabel independen dan variabel dependen) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner. Skala *likert* digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Berikut Alternatif Jawaban *Skala Likert*:

Tabel 3. 4
Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono, (2022)

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya digambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Skala dalam menentukan kategori pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Sigma p = \frac{\Sigma \text{Jawaban Kuesioner}}{\Sigma \text{Pertanyaan} \times \Sigma \text{Responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

Skor rata-rata yang telah diketahui tersebut di masukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

$$NJI (\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria jawaban}}$$

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

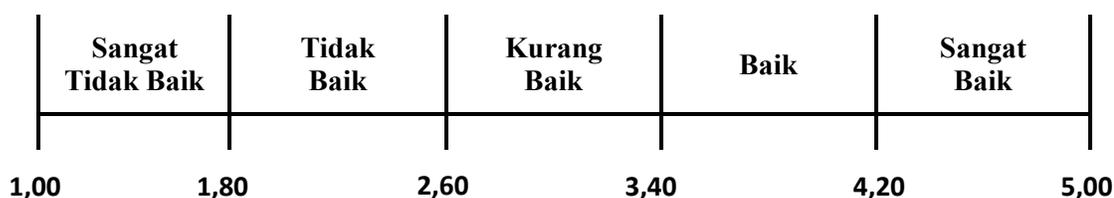
Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui kategori skala tabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Kategori Skala

No.	Skala Interval	Kategori	Keterangan variabel		
			Kualitas Produk	People	Kepuasan Pelanggan
1	1,00-1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Berkualitas	Sangat Tidak Kompeten	Sangat Tidak Puas
2	1,81-2,60	Tidak Baik	Tidak Berkualitas	Tidak Kompeten	Tidak Puas
3	2,61-3,40	Kurang Baik	Kurang Berkualitas	Kurang Kompeten	Kurang Puas
4	3,41-4,20	Baik	Berkualitas	Kompeten	Puas
5	4,21-5,00	Sangat Baik	Sangat Berkualitas	Sangat Kompeten	Sangat Puas

Sumber: Sugiyono (2022:172)

Berdasarkan nilai rata-rata yang telah diketahui, maka secara garis kontinum dapat digambarkan pada berikut ini:



Sumber: Sugiyono (2022:95)

Gambar 3. 1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Pengertian Analisis verifikatif menurut Sugiyono (2022:55) analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji suatu kebenaran pada sebuah

hipotesis. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk (X_1), dan *People* (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis verifikatif dapat menggunakan metode seperti berikut:

3.6.2.1 *Method of Successive Interval (MSI)*

Penelitian ini menggunakan *successive interval* atau suksesif interval di mana data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang asalnya ordinal di rubah menjadi skala interval, karena dalam penggunaan analisis linear berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode tersebut, pada data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan teknik *Method of Successive Interval (MSI)*. Adapun Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi riap responden hitung berapa banyak responden menjawab dengan skor 1-5 untuk setiap 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. Menggunakan tabel lokasi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (*scale value/SV*)

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

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

$$y = SV + (\text{Nilai Skala} + 1)$$

Pengelolaan data yang dilakukan penulis adalah dengan menggunakan media komputersasi program *SPSS for windows* untuk mempermudah dan efisien waktu. Proses perubahan data dari skala ordinal ke interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat) apakah masing-masing variabel independen (bebas) berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen (terikat) dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (terikat) apabila nilai variabel independen (bebas) mengalami kenaikan atau perubahan. Dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, analisis regresi linear berganda merupakan alat analisis yang digunakan untuk memprediksi berubahnya nilai variabel tertentu jika variabel lain berubah (Sugiyono, 2022:207). Selain itu dapat digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen, di mana dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan

antara variabel X_1 (Kualitas Produk), X_2 (*People*), dan Y (Kepuasan Pelanggan) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

a = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien korelasi

b_2 = Koefisien korelasi

X_1 = Variabel bebas (Kualitas Produk)

X_2 = Variabel bebas (*People*)

e = Tingkat kesalahan (*standard error*)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel X_1 (Kualitas Produk) dan X_2 (*People*) dan Y (Kepuasan Pelanggan). Menurut Sugiyono (2022:182) menyatakan bahwa analisis korelasi berganda merupakan analisis untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel atau lebih variabel independen secara bersama-sama dengan satu variabel dependen. Kekuatan hubungan antar variabel ini bisa disebut dengan “koefisien korelasi”. Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat tidaknya hubungan linier antara dua variabel. Berikut ini adalah rumus korelasi berganda yang di pilih oleh penulis untuk menghitung korelasi berganda dalam penelitian:

$$r^2 = \frac{JK (Reg)}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

r^2 = Koefisien korelasi berganda

JK (Reg) = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

JK (Reg) dapat diketahui melalui rumus sebagai berikut:

$$JK \text{ Regresi} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y$$

Keterangan:

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

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

$$\sum X_3 Y = \sum X_3 Y - \frac{(\sum X_3)(\sum Y)}{n}$$

$\sum Y^2$ dapat diketahui melalui rumus sebagai berikut:

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

Berdasarkan nilai r^2 yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r^2 < 1$ sebagai berikut:

1. Apabila $r^2 = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 (Kualitas Produk), variabel X_2 (*People*), dan variabel Y (Kepuasan Pelanggan).
2. Apabila $r^2 = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif.
3. Apabila $r^2 = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Besarnya koefisien korelasi berkisar antara 1 sampai dengan (-1). Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linier dan arah hubungan dua variabel acak. Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada Tabel 3.6 taksiran besarnya koefisien korelasi yang telah disajikan sebagai paduan untuk alat ukur yang telah ditentukan untuk mengelompokkannya yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 6
Interpretasi Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2022:184)

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan satu unsur yang menjadi perhatian dalam analisis. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial.

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (Kualitas Produk dan *People*) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) secara simultan. Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X_1 , dan X_2 (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan

dalam bentuk persen (%). Analisis koefisien determinasi dihitung dengan rumus, menurut Sugiyono (2019:214) sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi berganda

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (Kualitas Produk), dan X_2 (*People*) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan). Maka, untuk mengetahui persentase dengan rumus koefisien determinasi secara parsial adalah sebagai berikut:

$$Kd = \beta \times zero\ order \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

β = Beta (nilai *standarliezed coefficients*)

zero order = Korelasi variabel independen dengan variabel dependen

Hasil yang diperoleh dari perhitungan tersebut terdapat kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi yaitu sebagai berikut:

1. Kd = 0 berarti pengaruh variabel X terhadap Y, lemah
2. Kd = 1 berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu jawaban sementara yang bersifat praduga dan perlu dibuktikan kebenarannya. Menurut Sugiyono (2022:63) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian sebagaimana yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Hipotesis terbilang sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Uji hipotesis dilakukan penulis untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Produk (Variabel X_1), dan *People* (Variabel X_2) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Variabel Y), baik secara simultan maupun parsial. Uji hipotesis korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0), hipotesis alternatif (H_1).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu Kualitas Produk dan *People* sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan dengan objek penelitiannya yaitu *ManA Social Cafe*. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Membuat formulasi uji hipotesis
 - a. $H_0 : b_1, b_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk dan *People* terhadap Kepuasan Pelanggan.
 - b. $H_1 : b_1, b_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan *People* terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan sebesar 10%

3. Menghitung nilai f hitung dengan rumus

Pengujian regresi secara simultan dimaksudkan apakah variabel bebas secara menyeluruh memberikan nyata terhadap variabel terikat. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji f hitung, f hitung dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

F = F_{Hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{Tabel}

$(n-k-1)$ = Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan tersebut akan memperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut $(dk) = (n - k - 1)$ dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $F_{Hitung} \geq F_{Tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima (signifikan)
2. Jika $F_{Hitung} \leq F_{Tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_1 ditolak (tidak signifikan)

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan
 - a. $H_0 : b_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.
 - b. $H_1 : b_1 \neq 0$: Terdapat Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. *People* terhadap Kepuasan Pelanggan
 - a. $H_0 : b_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *People* terhadap Kepuasan Pelanggan.
 - b. $H_1 : b_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh *People* terhadap Kepuasan Pelanggan.

Untuk menghitung pengaruh parsial tersebut maka digunakanlah T-test, selanjutnya penulis menulis cara menghitung uji T-test sebagai berikut.

3. Menentukan tingkat signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi nilai $\alpha = 0,1$ artinya probabilitas kebenaran 90% atau toleransi kesalahan 10%.

4. Menghitung uji T-test

Pengujian regresi secara parsial maka digunakanlah T-test dengan rumus, menurut Sugiyono (2022:194) sebagai berikut:

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

keterangan:

t-hitung = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Kemudian, hasil hipotesis t_{Hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} serta ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{Hitung} \geq t_{Tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima
2. Jika $t_{Hitung} \leq t_{Tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_1 ditolak

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2022:199). Rancangan kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasikan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan

dengan harapan mengetahui variabel-variabel yang berdasarkan pendapat responden penting. Kuesioner ini berisi pernyataan tentang variabel Kualitas Produk, *People* Kepuasan Pelanggan. Responden hanya perlu memilih kolom jawaban yang sesuai dan tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh penulis menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *likert*.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat dalam penelitian ini adalah di *ManA Social Cafe*, yang berada di Jalan Buah Batu No. 127, Cijagra, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40265. Waktu dilaksanakannya penelitian ini terhitung dari bulan Juli 2024 hingga bulan Januari 2025.