

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu sehingga dapat memecahkan suatu masalah, kemudian metode penelitian ini berguna untuk mendapatkan informasi atau data yang objektif, valid dan akurat dari hasil pengolahan data tersebut.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada pelanggan Kopi Warga 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 (2023:27) 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. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Data penelitian yang diperoleh tersebut diolah, dianalisis secara kuantitatif. Sugiyono (2023:16) berpendapat

bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positivisme*, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel, dimana teknik pengambilan sampel dilakukan secara random, dengan pengambilan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Setelah itu, data yang diperoleh diolah dengan alat berupa dasar-dasar teori yang telah dipelajari sebelumnya untuk memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti, sehingga ditarik kesimpulan dari hasil tersebut.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain. Melalui penelitian deskriptif dapat digunakan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai Orang pada Kopi Warga
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai Kualitas Produk pada Kopi Warga
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai Kepuasan Pelanggan pada Kopi Warga

Sedangkan penelitian verifikatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Tujuan penelitian verifikatif adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain. Dengan kata lain penelitian verifikatif ini digunakan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis. Penggunaan metode penelitian verifikatif ini untuk menjawab perumusan masalah nomor empat yaitu seberapa

besar pengaruh Orang dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Warga.

### **3.2 Definisi Operasionalisasi dan Variabel Penelitian**

Definisi operasional pada penelitian yaitu unsur penelitian yang terkait variabel yang terdapat pada judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X1) yaitu Orang, variabel (X2) yaitu Kualitas Produk, dan variabel (Y) Kepuasan Pelanggan. Variabel-variabel tersebut kemudian dioperasionalkan. Operasional variabel merupakan tabel yang berisi tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel karena memuat dimensi, indikator, ukuran dan skala penelitian.

#### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel yang dipergunakan, yaitu variabel independent dan variabel dependen. Sugiyono (2023:68) menjelaskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dibawah ini merupakan pengertian variabel independen dan variabel dependen yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Sugiyono (2023:69) berpendapat bahwa variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya

variabel dependen atau terikat. Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang menjadi variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1) dan Orang (X2).

a. Kualitas Produk

Kotler dan Armstrong (2022:187) mengatakan bahwa arti dari kualitas produk adalah “*Quality as the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*”. Yang berarti kualitas sebagai karakteristik suatu produk atau layanan yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan secara eksplisit atau implisit.

b. Orang

Menurut Fandy Tjiptono (2020:61) Orang dapat diartikan bahwa semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2023:69) variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

a. Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Armstrong (2024:37) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah “*The sense of pleasure a buyer feels when a product’s perceived performance matches or exceeds their expectations*”. Diartikan sebagai rasa kepuasan yang dirasakan pembeli ketika kinerja produk yang dirasakan sesuai atau melebihi ekspektasi mereka.

### 3.2.2 Definisi Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel bertujuan memudahkan proses untuk mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari responden. Selain itu operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian kecil sehingga diketahui ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, dimensi, konsep, indikator, ukuran, dan skala. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang diteliti, yaitu Orang (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk mengetahui lebih jelas, maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 mengenai operasional variabel untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
<b>Orang (X1)</b>  Dapat diartikan bahwa semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli.  <b>Fandy Tjiptono (2020:61)</b>	Kompetensi	Kecepatan pelayanan yang diberikan	Tingkat Kecepatan pelayanan yang diberikan	Ordinal	1
		Keinisiatifan karyawan dalam melayani pelanggan	Tingkat Keinisiatifan karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	2
	Kesopanan	Kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	Tingkat Kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	3
		Keramahan karyawan	Tingkat Keramahan	Ordinal	4

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	Selektif	dalam melayani pelanggan	karyawan dalam melayani pelanggan		
		Kehigienisan karyawan dalam menggunakan alat pembuatan produk	Tingkat Kehigienisan karyawan dalam menggunakan alat pembuatan produk	Ordinal	5
		Keselektifan karyawan dalam menyortir kemasan produk	Tingkat Keselektifan karyawan dalam menyortir kemasan produk	Ordinal	6
	Komunikatif	Kesigapan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan	Tingkat Kesigapan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan	Ordinal	7
		Kecepatan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan	Tingkat Kecepatan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan	Ordinal	8
	<b>Kualitas Produk (X2)</b> <i>“Quality as the characteristics of a product or service that</i>	Kinerja	Cita rasa produk yang sesuai dengan selera pelanggan	Tingkat Cita rasa produk yang sesuai dengan selera pelanggan	Ordinal
Tekstur produk yang sesuai dengan			Tingkat Tekstur produk yang sesuai dengan	Ordinal	10

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
<i>bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs”</i> <b>Kotler dan Armstrong (2022:187)</b>		selera pelanggan	selera pelanggan		
	Fitur	Variasi makanan	Tingkat variasi makanan	Ordinal	11
		Variasi minuman	Tingkat Variasi minuman	Ordinal	12
	Kehandalan	Kekonsistena n rasa produk	Tingkat Kekonsistena n rasa produk	Ordinal	13
		Kehigienisan produk	Tingkat Kehigienisan produk	Ordinal	14
	Kualitas Kesesuaian	Kesuaian tampilan produk dengan gambar pada menu	Tingkat Kesuaian tampilan produk dengan gambar pada menu	Ordinal	15
		Kesesuaian rasa produk dengan spesifikasi pada menu	Tingkat Kesesuaian rasa produk dengan spesifikasi pada menu	Ordinal	16
	Ketahanan	Kejelasan informasi masa expired produk	Tingkat Kejelasan informasi masa expired produk	Ordinal	17
		Daya tahan tekstur produk	Tingkat Daya tahan tekstur produk	Ordinal	18
	Kemampuan Pelayanan	Kecepatan penyajian produk	Tingkat Kecepatan penyajian produk	Ordinal	19
		Ketepatan penyajian produk	Tingkat Ketepatan penyajian produk	Ordinal	20

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	Estetika	Tampilan produk menarik	Tingkat Tampilan produk menarik	Ordinal	21
		Estetika penyajian produk	Tingkat Estetika penyajian produk	Ordinal	22
	Kesan Kualitas	Baiknya Reputasi Produk	Tingkat Baiknya Reputasi Produk	Ordinal	23
		Persespi keunggulan kualitas produk	Tingkat Persespi keunggulan kualitas produk	Ordinal	24
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b> <i>“The sense of pleasure a buyer feels when a product’s perceived performance mathes of exceeds their expectations ”</i> <b>Kotler dan Amstrong (2024:37)</b>	Kinerja	Kepuasan pelanggan terhadap karyawan kopi warga	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap karyawan kopi warga	Ordinal	25
		Kepuasan terhadap kualitas produk yang diberikan	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan	Ordinal	26
	Harapan	Kesesuaian karyawan dengan harapan	Tingkat Kesesuaian karyawan dengan harapan	Ordinal	27
		Kesesuaian kualitas produk dengan harapan	Tingkat Kesesuaian kualitas produk dengan harapan	Ordinal	28

Sumber: Data diolah peneliti 2025

### 3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

#### 3.3.2 Sampel

Suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh, untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada. Sugiyono (2023:127) berpendapat bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sample yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Sampel diambil karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan populasi yang sangat besar. Maka peneliti mengambil sampel yang *representative* (dapat mewakili). Untuk menghitung penentuan sampel yang akan digunakan dari jumlah populasi, maka digunakan rumus solvin seperti berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir (tingkat kesalahan dalam sampel ini adalah 10 %)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 11.096 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolelir sebesar 10% (0,01) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{11.096}{1 + 11.096(0,1)^2} = 99,106 = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya, maka diperoleh ukuran (n) atau jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99,106 dibulatkan menjadi 100 pengunjung Kopi Warga yang akan dijadikan ukuran untuk sampel penelitian.

### 3.3.1 Populasi

Sugiyono (2023:126) mendefinisikan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kopi Warga, adapun jumlah pengunjung Kopi Warga tahun 2024 yang akan peneliti sajikan pada Tabel 3.2 berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Jumlah Pengunjung Kopi Warga Tahun 2024**

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	Januari	898
2.	Februari	996
3.	Maret	859
4.	April	684
5.	Mei	1.173

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
6.	Juni	908
7.	Juli	926
8.	Agustus	839
9.	September	1.031
10.	Oktober	959
11.	November	913
12.	Desember	910
<b>Jumlah</b>		<b>11.096</b>
<b>Rata-rata per bulan</b>		<b>924</b>

Sumber: Kopi Warga

Berdasarkan data pada Tabel 1.5 jumlah total pengunjung Kopi Warga sepanjang tahun 2024 mencapai 11.096 orang. Dengan jumlah rata-rata pengunjung perbulan sebanyak 924 orang.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Sugiyono (2023:128) mengatakan bahwa teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Sugiyono (2023:131) mendefinisikan bahwa *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi sampling sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh, dan *snowball*.

Pada penelitian ini teknik *non probability sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah *sampling purposive*. Sugiyono (2023:133) menjelaskan bahwa *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu penarikan sampel dengan pertimbangan bahwa yang menjadi responden sebelumnya sudah melakukan pembelian pada Kopi Warga. Dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner melalui *Google Form* kepada responden laki-laki dan perempuan yang pernah melakukan pembelian pada Kopi Warga.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2023:296) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

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

##### **a. Observasi**

Observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti. Peneliti mengumpulkan data dengan cara

melakukan pengamatan secara langsung pada Kopi Warga.

b. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan pelanggan maupun pihak Kopi Warga.

c. Angket

Menurut Sugiyono (2023:199) angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Angket diberikan kepada pelanggan di Kopi Warga untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian.

2. Penelitian Kepustakaan

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

### **3.5 Uji Instrumen Penelitian**

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan

dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

### 3.5.1 Uji Validitas

Sugiyono (2023:179) berpendapat bahwa pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Dalam mencari nilai korelasi menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini.

Rumus korelasi 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 *pearson product moment*.

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item.

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item.

$n$  = Jumlah responden dalam uji instrumen.

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X.

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y.

$\sum XY$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan Variabel Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X.

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y.

Dasar pengambilan keputusan:

- 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 berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Sugiyono (2023:180) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product and Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul item *Total Statistic*. Menilai kevalidan masing- masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected Item-Total Correlation* masing- masing butir pertanyaan.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau

tidak. Sugiyono (2023:176) mengatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dengan menggunakan suatu objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kredibilitas alat ukur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Cronbach Alpha* (CA) yang merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,7. Apabila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliabel. Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen ( $r_b$  hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Kevalidan suatu 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 keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel atau dapat diandalkan.

### **3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hepotesis**

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data

atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara:

Variabel Independen

- a. (X1) = Orang
- b. (X2) = Kualitas Produk

Terhadap Variabel Dependen

- a. (Y) = Kepuasan Pelanggan

### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menjabarkan fakta tentang variabel yang ada secara aktual dan sistematis. Peneliti mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden berdasarkan hasil pengoperasian variabel yang telah dilakukan sebelumnya. Setiap item dari kuesioner tersebut dikukur menggunakan skala likert. Sugiyono (2023:146) menjelaskan dengan skala likert, maka variabel yang akan dikur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing

jawaban alternatif. Seperti pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3. 3**  
**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 (2023:147)

Berdasarkan tabel 3.3 diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negative memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner 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 variabel dependen dan independent di atas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrument pengukuran dalam bentuk kuesioner.

Skala likert digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudia dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setelah setiap indicator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya peneliti gambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui katagori dari hasil rata-rata tersebut. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikali jumlah responden. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya.

$$\sum p = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil dimasukkan kedalam 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

Nilai jenjang interval =  $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Berdaskan perhitungan tersebut, maka dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut:

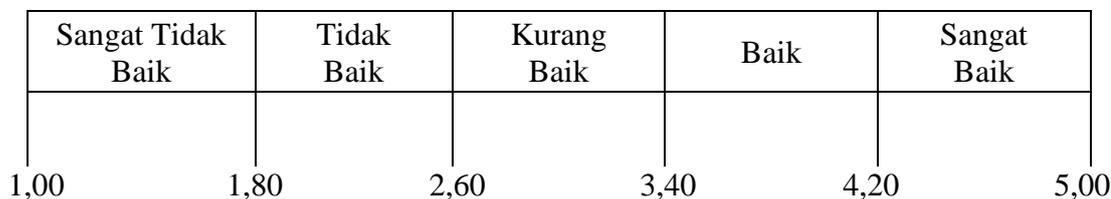
**Tabel 3. 4**  
**Kategori Skala**

<b>Skala Interval</b>	<b>Kategori</b>
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 (2023:147)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum, yaitu sebagai berikut:

**Gambar 3. 1**  
**Garis Kontinum**



### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan metode penelitian yang dirancang untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji suatu kebenaran pada sebuah hipotesis. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orang (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut:

#### 3.6.2.1 *Method of Successive Interval (MSI)*

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasikan menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda, maka data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik informasi yang saling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Succesive Interval*). Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji r dan lainnya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika kita hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-

prosedur tersebut. Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 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. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan berikut:

$$SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit) (Area\ under\ lower\ limit)}$$

Keterangan:

SV (Scale Value) = Rata-rata nilai interval

Density at lower limit = Kepaduan batas bawah

Density at upper limit = Kepaduan batas atas

Area under upper limit = Daerah di bawah batas atas

Area under lower limit = Daerah di bawah batas bawah

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

$$y = sv + (k)$$

$$k = 1 (SVmin)$$

Pengolahan dilakukan menggunakan media komputerisasi, yaitu menggunakan SPSS untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

### 3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan peneliti untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) dua variabel bebas atau lebih yang terdiri dari orang ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) dengan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Berikut ini merupakan persamaan dari regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan)

$a$  = Bilangan Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi (Orang)

$b_2$  = Koefisien Regresi (Kualitas Produk)

$X_1$  = Variabel Bebas (Orang)

$X_2$  = Variabel Bebas (Kualitas Produk)

$e$  = Tingkat Kesalahan (*Standar error*)

### 3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda dilakukan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel penelitian yaitu orang (X1), kualitas produk (X2), terhadap kepuasan pelanggan (Y). Kekuatan hubungan antar variabel tersebut dapat disebut koefisien korelasi. Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan linier antar dua variabel. Berikut rumus korelasi berganda:

$$R = \frac{JK (reg)}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi berganda

JK (reg) = Jumlah kuadrat regresi

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

Berdasarkan nilai R yang diperoleh maka dapat dihubungkan  $-1 < R < 1$  sebagai berikut:

Apabila  $R = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel orang (X1), kualitas produk (X2), dan variabel kepuasan pelanggan (Y).

Apabila  $R = -1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel negatif.

Apabila  $R = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel dapat dilihat pada Tabel 3.5 dibawah ini :

**Tabel 3. 5**  
**Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 - 0,599	Kurang Kuat
0,600 - 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2023:248)

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji Hipotesis yang dilakukan peneliti untuk mengetahui pengaruh antara variabel orang (X1), kualitas produk (X2) dan kepuasan pelanggan (Y). Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (H1).

#### 3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik f. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan output SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan memiliki probabilitas 90%

atau toleransi kesalahan 10% dengan ditentukan sebagai berikut:

$H_0 : b_1, b_2, = 0$  tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_1 : b_1, b_2, \neq 0$  terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian di uji untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima, berikut merupakan rumus untuk menguji hipotesis:

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

Keterangan:

$R^2$  = Kuadrat koefisien

$k$  = Banyaknya variabel bebas

$n$  = Ukuran sampel

$F$  = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

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

Berdasarkan perhitungan pada halaman sebelumnya, maka dapat diketahui akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel} (\alpha) = 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (signifikan).
2. Apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel} (\alpha) = 0,1$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak signifikan).

### 3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

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

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
  - a.  $H_0 : b_1 = 0$ , tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
  - b.  $H_0 : b_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan
  - a.  $H_1: b_2 = 0$ , tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
  - b.  $H_1: b_2 \neq 0$ , terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk menghitung pengaruh parsial tersebut maka digunakanlah T-test dengan rumus 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

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel } (\alpha) = 0,1$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel } (\alpha) = 0,1$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

### 3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (Kd)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel  $X_1$  (orang) dan  $X_2$  (kualitas produk) terhadap variabel  $Y$  (kepuasan pelanggan). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (Simultan)

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase  $X_1$  (orang) dan  $X_2$  (kualitas produk) terhadap variabel  $Y$  (kepuasan pelanggan) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya yaitu:

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

Keterangan:

$Kd$  = Nilai koefisien determinasi

$R^2$  = Koefisien korelasi berganda kuadrat

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui

seberapa besar presentase X1 (orang) dan X2 (kualitas produk) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) secara parsial, yaitu sebagai berikut:

$$Kd = b \times \text{Zero order} \times 100\%$$

Keterangan:

$Kd$  = Koefisien determinasi

$b$  = Nilai *standardized coefficients*

*Zero order* = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

- a.  $Kd = 0$ , berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah
- b.  $Kd = 1$ , berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

### 3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam item atau pertanyaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel X1 (orang), dan X2 (kualitas produk) terhadap Y (kepuasan pelanggan) sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel penelitian. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban *alternative* yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih kolom pernyataan yang sudah disediakan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*.

### **3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kopi Warga, yang berlokasi di Jl. Ir. H. Juanda No.48, Citarum, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat. Peneliti juga melakukan penelitian kepada pelanggan Kopi Warga. Adapun waktu penelitian ini terhitung mulai dari bulan Februari 2025 sampai dengan bulan September 2025.