

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang digunakan

Metode penelitian merupakan suatu alat yang di dalam pencapaian tujuannya berguna untuk memecahkan masalah penelitian. 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 konsumen Kedai Kopi Capres 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 positivisme, 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 (Sugiono, 2022:35) menyatakan bahwa Metode deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel itu sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel dengan variabel lain. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui lokasi, *people* dan kepuasan konsumen yang menjawab rumusan masalah nomor 1 sampai nomor 3.

Menurut Sugiyono (2022:36) menyatakan bahwa 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 lokasi dan *people* terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Capres 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 tiga variabel yang akan diteliti, yaitu variabel lokasi (X_1), *people* (X_2), dan kepuasan konsumen (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 Lokasi (X_1)

Menurut Wijaya dkk. (2022:103) menyatakan bahwa lokasi merupakan tempat dimana keberlangsungan kegiatan perusahaan itu dilakukan dalam membuat atau mendistribusikan produknya agar mudah diperoleh oleh konsumen.

b. Variabel *People* (X_2)

Menurut Mariska dan Sitanggang (2021:37) menyatakan bahwa *People* atau orang dapat diartikan 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, 2022:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

a. Kepuasan Konsumen

Menurut Fandy Tjiptono (2020:79) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan harapannya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden. Selain itu, operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan

variabel menjadi bagian bagian terkecil sehingga diketahui ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala. Sesuai dengan judul penelitian maka terdapat tiga variabel yaitu lokasi (X_1), *people* (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala. Data skala ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara kategorisasi atau klasifikasi tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan atau tingkatan. Selanjutnya untuk mengetahui secara lebih rinci mengenai operasionalisasi variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Lokasi (X_1) lokasi merupakan tempat dimana keberlangsungan kegiatan perusahaan itu dilakukan dalam membuat atau mendistribusikan produknya agar mudah diperoleh oleh konsumen Wijaya dkk. (2023:128)	Akses	Kemudahan mendapat transportasi umum	Tingkat Kemudahan mendapat transportasi umum	Ordinal	1
		Kriteria jalan yang baik	Tingkat kelancaran akses menuju lokasi	Ordinal	2
	Visibilitas	Kemudahan melihat lokasi dengan jelas	Tingkat kemudahan melihat lokasi dengan jelas	Ordinal	3
	Lahan Parkir	Ukuran lahan parkir	Tingkat ukuran lahan parkir	Ordinal	4
		Keamanan lahan parkir	Tingkat keamanan lahan parkir	Ordinal	5
	Ekspansi	Perluasan tempat usaha	Tingkat keluasan tempat untuk pelebaran	Ordinal	6
	Lingkungan	Lokasi strategis	Tingkat kedekatan lokasi dengan aktivitas keseharian konsumen	Ordinal	7

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
		Kenyamanan lingkungan sekitar perusahaan	Tingkat kenyamanan lingkungan sekitar kedai kopi	Ordinal	8	
<p>People (X2)</p> <p>People atau orang dapat diartikan bahwa semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli</p> <p>Mariska dan Sitanggang (2021:37)</p>	Kompetensi	kehandalan	Tingkat kehandalan karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	9	
		Keterampilan	Tingkat keterampilan penyajian dan pelayanan karyawan	Ordinal	10	
	Kesopanan	Penampilan	Tingkat kesopanan karyawan dalam berpenampilan	Ordinal	11	
		Keramahan	Tingkat keramahan karyawan	Ordinal	12	
	Selektif	Selektif merekrut karyawan	Tingkat selektif dalam merekrut karyawan sesuai dengan standar pelayanan	Ordinal	13	
		Selektif dalam memilih kualitas bahan baku	Tingkat selektif karyawan dalam pemilihan bahan baku dan hidangan yang berkualitas	Ordinal	14	
	Komunikatif	Responsif	Tingkat kemampuan berkomunikasi karyawan dalam menangani keluhan konsumen	Ordinal	15	
		Informatif	Tingkat kemampuan karyawan dalam menjelaskan menu dan ketersediaan	Ordinal	16	
	<p>Kepuasan Konsumen (Y)</p> <p>kepuasan konsumen adalah perasaan</p>	Kinerja	Kepuasan konsumen terhadap kualitas produk	Tingkat kepuasan terhadap kualitas produk yang diberikan	Ordinal	17

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan harapannya. Fandy Tjiptono (2020:83)		Kepuasan konsumen terhadap pelayanan	Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan	Ordinal	18
		Kepuasan konsumen terhadap suasana lokasi tempat perusahaan	Tingkat kepuasan konsumen terhadap suasana lokasi tempat perusahaan	Ordinal	19
	Harapan	Harapan konsumen terhadap kualitas produk	Tingkat Harapan konsumen terhadap kualitas produk	Ordinal	20
		Harapan konsumen terhadap Pelayanan	Tingkat pelayanan yang diberikan oleh karyawan sudah sesuai dengan harapan	Ordinal	21
		Harapan konsumen terhadap suasana lokasi tempat perusahaan	Tingkat Suasana tempat di Kedai Kopi Capres sudah sesuai dengan harapan	Ordinal	22

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

3.3 Populasi 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 peneliti mampu melakukan pengolahan data. Setelah menentukan populasi yang akan diteliti untuk mempermudah pengelolaan data maka peneliti 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 konsumen Kedai Kopi Capres sebagai objek penelitian.

3.3.1 Populasi

Pengertian Populasi menurut Sugiyono (2022:130) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengunjungi dan melakukan pembelian di Kedai Kopi Capres dalam jangka waktu satu tahun (Januari-Desember, 2024) yaitu sebanyak $9.853/12 \text{ bulan} = 822$ orang. Berikutnya peneliti menyajikan data jumlah pengunjung konsumen Kedai Kopi Capres dalam sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Data Jumlah Pengunjung Kedai Kopi Capres Tahun 2024

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	854
2	Februari	709
3	Maret	612
4	April	513
5	Mei	778
6	Juni	1.027
7	Juli	1.131
8	Agustus	1.063
9	September	812
10	Oktober	683
11	November	744
12	Desember	927
Total		9.853
Rata-rata		822

Sumber: Kedai Kopi Capres, 2024

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:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e² = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (Tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Populasi yang akan diteliti adalah sebanyak 822 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:

$$n = \frac{822}{1+822(0,1)^2} = 89,15 \text{ dibulatkan menjadi } 90$$

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, *sampling* kuota, *sampling insidental*, *sampling purposive*, *sampling* jenuh, dan *snowball sampling*. Dalam pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, salah satu teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *insidental sampling*. Pengertian *insidental sampling* menurut Sugiyono (2022:85) menyatakan bahwa teknik *insidental sampling* sebagai teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Selanjutnya peneliti akan memaparkan karakteristik sampel data responden dari teknik *insidental sampling* yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis kelamin	1. Laki-laki
		2. Perempuan
2	Usia	1. < 20 tahun
		2. 21-25 tahun
		3. 26-30 tahun
		4. > 31 tahun
3	Pekerjaan	1. Pelajar/Mahasiswa
		2. PNS
		3. Wirausaha
		4. Lainnya
4	Pendapatan	1. < Rp2.000.000
		2. Rp2.100.000 – Rp3.000.000
		3. Rp3.100.000 – Rp4.000.000
		4. > Rp4.100.000

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 3.3 yang telah disajikan di atas dapat diketahui bahwa terdapat karakteristik responden yang akan ditanyakan dalam kuesioner, untuk mengetahui karakteristik dari konsumen Kedai Kopi Capres yang dipilih yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk mendukung penyelesaian pada masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono (2020:224) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk diteliti lebih lanjut. Selanjutnya menurut Sugiyono (2022:225) menyatakan bahwa Jika dilihat dari sumbernya data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Sumber primer ialah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, sedangkan sumber sekunder ialah data yang diperoleh

secara tidak langsung atau melalui orang lain atau melalui dokumen. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

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

a. Pengamatan (*Observation*)

Menurut Sugiyono (2022:145) menyatakan bahwa observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik sehingga tidak terbatas pada pengamatan orang saja, namun pada pengamatan objek yang diteliti. Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di Kedai Kopi Capres.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak Kedai Kopi Capres. 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. Angket (Kuesioner)

Kuesioner akan diberikan kepada konsumen Kedai Kopi Capres. Hal ini dilakukan 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 dapat diberikan kepada responden secara langsung, dikirim melalui pos, atau internet.

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 teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan data pengujung perusahaan yang berkaitan dengan objek. Data sekunder dapat diperoleh melalui beberapa cara yaitu studi kepustakaan, jurnal dan internet. Data-data tersebut sangat penting bagi kelengkapan analisis dari temuan hasil penelitian. Sumber data yang dimaksud adalah buku-buku dari berbagai referensi dan bahan-bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.5 Uji Instrument Penelitian

Penelitian merupakan kegiatan pengukuran terhadap suatu fenomena alam maupun sosial, maka dari itu memerlukan alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian disebut sebagai instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2022:102) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah sebuah alat yang digunakan dalam

mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden lainnya atau sejauh mana pernyataan mampu dipahami dan tidak menyebabkan perbedaan interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2021:175) menyatakan bahwa pengujian validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. 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.

Peneliti dalam mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus menurut Sugiyono (2022:183) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\}\{n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien *r product moment*

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor total instrumen

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

Σx_i = Jumlah hasil pengamatan variabel X

Σy_i = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\Sigma x_i y_i$ = Jumlah hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

Σx_i^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

Σy_i^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan *valid*.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak *valid*.

Uji validitas menurut Sugiyono (2022:126) menyatakan bahwa 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 suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya (diandalkan), dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut konsisten jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2022:121) menyatakan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk memastikan instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama mampu memberikan hasil data yang sama dan

konsisten. Hasil penelitian dikatakan reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode *Alpha Cronbach* (CA) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus spearman brown, 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. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap perolehan dengan rumus:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan *item* dengan menggunakan rumus *spearman brown* menurut Sugiyono (2022:131) sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_i = Nilai reliabilitas internal seluruh instrument

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

Setelah dapat nilai reliabilitas (r_{hitung}) maka nilai tersebut dibandingkan dengan r yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila $r_{hitung} \geq r$: Instrumen tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila $r_{hitung} \leq r$: Instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Selain valid, alat ukur tersebut harus memiliki keandalan atau reliabilitas.

Suatu alat ukur dapat diandalkan apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali mampu memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Konsisten atau tidaknya suatu alat ukur, maka perlu menggunakan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Menurut (Sugiyono 2022:147) menyatakan bahwa, metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokan 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.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui , grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik dekriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melalui prediksi, dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata sampel atau populasi. Menurut (Sugiyono 2022:207) kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah di paparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen Lokasi (X_1) dan *People* (X_2) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen mengenai variabel X_1 (Lokasi), variabel X_2 (*People*), dan variabel Y (Kepuasan Konsumen) pada Kedai Kopi Capres. Menurut Sugiyono (2019:64) menyatakan bahwa analisis deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2022:93) menyatakan bahwa skala *likert* memiliki kegunaan untuk mengukur sikap, tanggapan, dan persepsi seseorang ataupun kelompok mengenai fenomena sosial. Jawaban dari setiap *item* instrumen yang menggunakan skala *likert* memiliki lima pilihan jawaban mulai dari sangat positif sampai sangat negatif dengan bobot atau nilai yang berbeda, antara lain sebagai berikut:

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 (2022:93)

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa pada kuesioner penelitian ini, pernyataan sangat positif atau sangat setuju diberi bobot 5 (lima), setuju diberi bobot 4 (empat), kurang setuju diberi bobot 3 (tiga), tidak setuju diberi bobot 2 (dua), dan sangat tidak setuju diberi bobot 1 (satu).

Setelah semua indikator memiliki jumlah, lalu dihitung rata-ratanya dari setiap indikator untuk mengetahui skor variabel penelitian dan kategorinya. Selanjutnya, peneliti akan menjabarkan rumus cara perhitungan untuk mengetahui skor rata-rata dari setiap pernyataan yang telah disebarkan dalam bentuk kuesioner sebagai berikut:

$$\Sigma p = \frac{\Sigma \text{jawaban kuesioner}}{\Sigma \text{pernyataan} \times \Sigma \text{responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

Setelah mengetahui skor rata-rata dari setiap *item* pernyataan dalam kuesioner, maka hasil tersebut akan diketahui dan untuk menentukan kategori skala pada garis kontinum maka perlu menggunakan rumus menurut Sugiyono (2022:172) sebagai berikut:

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

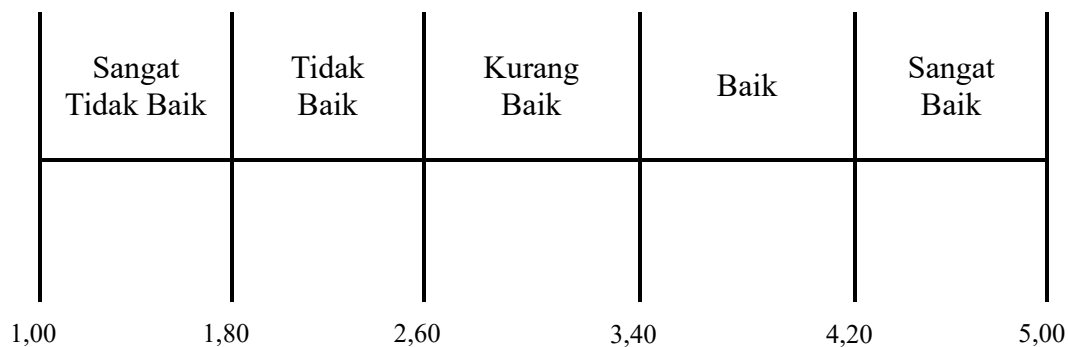
Maka, berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa rentang skor interval adalah 0,8, adapun kategori skala dikelompokkan ke dalam lima kategori yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Kategori Skala

No	Skala Interval	Kategori	Keterangan Variabel		
			Lokasi	People	Kepuasan Konsumen
1.	1,00-1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Strategis	Sangat Tidak Profesional	Sangat Tidak Memuaskan
2.	1,81-2,60	Tidak Baik	Tidak Strategis	Tidak Profesional	Tidak Memuaskan
3.	2,61-3,40	Kurang Baik	Kurang Strategis	Kurang Profesional	Kurang Memuaskan
4.	3,41-4,20	Baik	Strategis	Profesional	Memuaskan
5.	4,21-5,00	Sangat Baik	Sangat Strategis	Sangat Profesional	Sangat Memuaskan

Sumber: Sugiyono (2022:172)

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



Sumber: Sugiyono (2022:95)

Gambar 3. 1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2022:65) menyatakan bahwa analisis verifikatif merupakan metode penelitian yang memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis verifikatif digunakan untuk menguji suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X_1 (Lokasi) dan variabel X_2 (*People*) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen). Berikut peneliti sajikan beberapa metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

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 ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis regresi linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*).

Banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi *pearson*, uji t, dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, apabila data masih berskala ordinal maka data tersebut perlu diubah ke dalam skala interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI yaitu sebagai berikut:

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

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

Keterangan:

SV	= Rata-rata interval
<i>Density at lower limit</i>	= Kepadatan batas bawah
<i>Density at upper limit</i>	= Kepadatan batas atas
<i>Area under lower limit</i>	= Daerah di bawah batas bawah
<i>Area under upper limit</i>	= Daerah di bawah batas atas

7. Menghitung skor hasil transformasi (nilai untuk skala interval) untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = SV + [K]$$

$$K = 1 (SVmin)$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi, yaitu menggunakan IBM SPSS 25 *for windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2022:192) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan variabel X_1 (Lokasi) dan variabel X_2 (*People*) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Perhitungan regresi linier berganda dalam suatu penelitian dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

a = Bilangan konstanta

- b_1 = Koefisien regresi (Lokasi)
 b_2 = Koefisien regresi (*People*)
 X_1 = Variabel bebas (Lokasi)
 X_2 = Variabel bebas (*People*)
 ε = Tingkat kesalahan (*standart error*)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono (2022:193) 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. Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X_1 (Lokasi) dan variabel X_2 (*People*) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen), yang dapat dinyatakan dengan istilah koefisien korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi. Rumus koefisien korelasi berganda disajikan pada halaman berikut:

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

Keterangan:

- R = Koefisien korelasi berganda
 $JK (Reg)$ = Jumlah kuadrat regresi
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

$JK (Reg)$ dapat diketahui melalui rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

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

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

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

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

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

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 (Lokasi), variabel X_2 (*People*), dan variabel Y (Kepuasan Konsumen).
2. Apabila $R = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Hasil perhitungan korelasi dapat bernilai positif atau negatif. Apabila nilai koefisien positif, hal tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut saling berhubungan. Sedangkan, apabila koefisien korelasi negatif, menunjukkan kedua variabel tersebut saling berhubungan terbalik. Ketentuan-ketentuan untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi diantaranya dapat dilihat pada berikut ini:

Tabel 3. 6
Taksiran Besarnya 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)

3.6.3 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. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh variabel independen X_1 (Lokasi) dan variabel X_2 (*People*) terhadap variabel dependen Y (Kepuasan Konsumen) 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 menggunakan statistik F pada dasarnya untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini yaitu Lokasi dan *People* sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Konsumen. Pengujian hipotesis menggunakan uji F ini melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membuat formulasi uji hipotesis

- a. $H_0 : b_1, b_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Lokasi dan *People* terhadap Kepuasan Konsumen.
 - b. $H_1 : b_1, b_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh Lokasi dan *People* terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Menentukan tingkat signifikansi Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%
 3. Menghitung nilai F hitung untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak, dengan menggunakan rumus menurut Sugiyono (2022:192) sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

F = F_{Hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F

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

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

1. Jika $F_{Hitung} \geq F$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima (signifikan)
2. Jika $F_{Hitung} \leq F$ 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 hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji statistik t pada dasarnya untuk menunjukkan serta melihat seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen secara mandiri terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang diajukan dapat menjabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen
 - a. $H_0 : b_1 = 0$: Tidak terdapat lokasi terhadap kepuasan konsumen
 - b. $H_1 : b_1 \neq 0$: Terdapat Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen
2. Pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen
 - a. $H_0 : b_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen
 - b. $H_1 : b_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen

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:

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

Keterangan:

r^2 = Nilai korelasi parsial

n = Jumlah sampel

t_{hitung} = Statistik uji korelasi

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

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

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase besarnya pengaruh variabel X_1 (Lokasi) dan variabel X_2 (*People*) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen). Perhitungan koefisien determinasi dilakukan melalui berbagai tahap yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan menggunakan rumus berikut:

1. Analisis koefisien determinasi berganda simultan

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya persentase variabel X_1 (Lokasi) dan variabel X_2 (*People*) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen). Analisis koefisien determinasi berganda 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

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk melihat besarnya kontribusi pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, rumus koefisien determinasi parsial adalah sebagai berikut:

$$Kd = \beta \times \text{zero order} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

β = Standar koefisien beta

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. Jika Kd mendekati angka nol (0), maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah
2. Jika Kd mendekati angka satu (1), maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item pernyataan. Menurut Sugiyono (2022:142) menyatakan bahwa kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi suatu pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner digunakan jika jumlah responden cukup besar. Kuesioner yang akan disebar memuat pertanyaan mengenai variabel lokasi dan *people* terhadap kepuasan konsumen.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat dalam penelitian ini adalah Kedai Kopi Capres yang berada di Jalan Raya Talaga – Cikijing, Talaga wetan, Kecamatan Talaga,

Kabupaten Majalengka (45463). Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan 17 Maret 2025 sampai dengan 17 September 2025.