

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu teknik atau cara ilmiah dalam memperoleh informasi maupun data yang berhubungan dengan penelitian, serta sebagai alat dalam membantu peneliti dalam memecahkan suatu masalah dalam penelitiannya. Metode penelitian yang digunakan ialah melalui pendekatan kuantitatif, dengan metode survei. Menurut Sugiyono (2023:2) menyatakan bahwa “Metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan permasalahan yang diteliti dengan cara yang sesuai prosedur penelitian. Secara rinci teknik pengumpulan data yang dilakukan pada pelanggan Gajua Kopi Cabang Sawunggaling 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 (2023:56) mengungkapkan bahwa “Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian-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 (2023:16) mengungkapkan bahwa “metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif, menurut Sugiyono (2023:64) metode deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel dengan variabel lain. Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas produk, *people* dan kepuasan pelanggan pada pelanggan Gajua Kopi Cabang Sawungguling. Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2023:27) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan *people* terhadap kepuasan pelanggan.

3.2 Unit Observasi Dan Lokasi Penelitian

Unit obeservasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Gajua Kopi Cabang Sawunggaling, sedangkan fokus penelitian adalah Pelanggan yang pernah mengunjungi Gajua Kopi yang berada di Jalan Sawungguling Kota Bandung.

3.3 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi dan operasionalisasi variabel penelitian penting untuk dijelaskan karena variabel adalah segala sesuatu yang menjadi masalah dalam penelitian. Variabel yang didefinisikan dengan jelas dalam penelitian dijelaskan dengan definisi variabel dan operasional variabel untuk mencegah terjadinya salah pengertian. Dengan adanya definisi variabel, maka ruang lingkup penelitian yang dapat dilakukan juga dapat dibatasi. Kualitas Produk (X_1), *People* (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya, variabel-variabel tersebut dibuat operasionalisasi variabel sesuai dengan dimensi, indikator, ukuran dan skala penelitian.

3.3.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu hal yang memiliki nilai yang bermacam-macam, dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian sendiri merupakan hal mendasar yang sangat penting untuk diperhatikan dalam pelaksanaan penelitian. Hal ini mengingat variabel penelitian merupakan tahapan awal dari penulisan suatu penelitian dalam menentukan hal yang ingin diteliti. Suatu penelitian tentunya tidak mungkin ada tanpa variabel penelitian.

Menurut Sugiyono (2023:67) mengungkapkan bahwa variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan adanya variabel penelitian ini, maka menjadi hal yang paling penting dan paling mendasar dalam melaksanakan suatu

penelitian.

Pada penelitian ini melibatkan empat variabel, Variabel *independen* dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (X_1) dan *people* (X_2) Kemudian, kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel *dependen*. Berikut penjelasan masing-masing variabel.

1. Kualitas Produk (X_1)

Menurut Kotler et al (2022:448) “*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*”

2. *People* (X_2)

Menurut Fandy Tjiptono (2022:62) *people* atau orang dapat diartikan bahwa semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli.

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Kotler et al (2022:448) “*Consumer satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing the perceived performance (or outcome) of a product or service with expectations. If the performance or experience falls short of expectations, the customer is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds expectations, the customer is highly satisfied or delighted*”.

3.3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel dilakukan untuk menjabarkan setiap variabel penelitian ke dalam konsep yang lebih terukur, meliputi dimensi, indikator serta

skala pengukuran yang digunakan. Dengan adanya operasionalisasi variabel, proses pengujian hipotesis menggunakan alat analisis statistik dapat di laksanakan secara tepat dan sesuai dengan judul penelitian. Indikator-indikator yang telah ditetapkan kemudian dikembangkan menjadi butir-butir pertanyaan yang di gunkan dalam penyusunan kuesioner. Berikut di halaman setelah ini merupakan penjelasan lebih rinci mengenai definisi dan operasionalisasi variabel dalam penelitian.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas Produk (X1) <i>“Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs”</i> Kotler et al (2022:448)	<i>Performance</i>	Citra rasa produk sangat baik	Tingkat citra rasa produk	Ordinal	1
		Keamanan dalam mengkonsumsi	Tingkat keamanan pada produk	Ordinal	2
	<i>Features</i>	Keistimewaan produk	Tingkat keistimewaan produk	Ordinal	3
		Pilihan menu pada gajua kopi sangat bervariasi	Tingkat banyaknya pilihan menu	Ordinal	4
	<i>Reliability</i>	Kualitas rasa yang tetap	Tingkat kekonsistenan rasa dari produk	Ordinal	5
		Kehigienisan produk	Tingkat kebersihan alat-alat yang berhubungan dengan penyajian produk	Ordinal	6
	<i>Conformance quality</i>	Kesesuaian rasa produk	Tingkat kesesuaian rasa produk	Ordinal	7
		Ukuran standar suatu produk	Tingkat standar suatu produk	Ordinal	8
	<i>Durability</i>	Daya tahan	Tingkat daya	Ordinal	9

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		produk dalam penyimpanan jangka panjang	tahan produk dalam penyimpanan jangka panjang		
	<i>Serviceability</i>	Kemudahan penyesuaian rasa	Tingkat kemudahan penyesuaian rasa dengan selera	Ordinal	10
		Tersedianya pelengkap hidangan	Tingkat ketersediaan pelengkap hidangan	Ordinal	11
	<i>Aesthetic</i>	Estetika kemasan produk	Tingkat keestetikaan desain kemasan produk	Ordinal	12
		Keindahan dan keunikan <i>plating</i>	Tingkat keindahan dan keunikan <i>plating</i>	Ordinal	13
	<i>Perceived quality</i>	Persepsi keunggulan produk	Tingkat persepsi keunggulan produk	Ordinal	14
		Reputasi produk	Tingkat reputasi produk	Ordinal	15
<i>People (X2)</i> “ people atau orang dapat diartikan bahwa semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Fandy Tjiptono (2022:62)	Kompetensi	Kesigapan kerja karyawan dalam melayani pelanggan	Tingkat Kesigapan kerja karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	16
		Karyawan teliti dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga minim kesalahan kerja	Tingkat ketepatan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	Ordinal	17
	Kesopanan	Karyawan melayani dengan sangat	Tingkat kesopanan Karyawan	Ordinal	18

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		sopan	dalam melayani pelanggan		
		Karyawan melayani dengan sangat ramah	Tingkat Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	19
	Selektif	Karyawan selektif dalam menggunakan alat untuk menjamin kehygenisan proses pembuatan produk	Tingkat keselektifan karyawan dalam menggunakan alat untuk menjamin kehygenisan proses pembuatan produk kemampuan karyawan untuk menjawab pertanyaan	Ordinal	20
		Karyawan selektif dalam ,meyortir kemasan produk, sehingga, kemasan produk diterima pelanggan dengan keadaan baik	Tingkat Ketepatan Karyawan dalam melaksanakan	Ordinal	21
	Komunikatif	Karyawan sigap memberikan informasi terkait produk yang persediannya sudah habis	Tingkat kesigapan Karyawan dalam memberikan informasi terkait persediaan	Ordinal	22

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			produk yang sudah habis		
		Karyawan cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	Tingkat kemampuan Karyawan dalam memberikan informasi produk pada menu dengan bahasa yang baik		23
Kepuasan Pelanggan (Y) <i>“Consumer satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing the perceived performance (or outcome) to expectation”</i> Kotler et al (2022:448)	Performance (kinerja)	Kepuasan terhadap kualitas produk yang diberikan	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan	Ordinal	24
		Kepuasan terhadap kualitas karyawan yang diberikan	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap karyawan yang diberikan	Ordinal	25
	Expectation (harapan)	Kualitas dari produk sesuai dengan harapan	Tingkat kualitas produk sesuai dengan harapan	Ordinal	26
		Kualitas dari karyawan sesuai dengan harapan	Tingkat karyawan yang diberikan sesuai dengan harapan	Ordinal	27

Sumber : Data diolah Peneliti 2026

3.4 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

Dalam setiap penelitian diperlukan adanya objek atau subjek yang diteliti agar permasalahan yang dikaji dapat dianalisis dan ditemukan solusinya. Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang menjadi sasaran dalam pengumpulan data. Dengan menetapkan populasi secara jelas, peneliti dapat melakukan proses

pengolahan dan analisis data secara terarah. Untuk mempermudah pelaksanaan penelitian, digunakan sampel, yaitu sebagian dari populasi yang mewakili karakteristik keseluruhan. Sampel tersebut diperoleh melalui teknik sampling tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan jumlah serta karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti, dianalisis, dan selanjutnya dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono (2023:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Gajua Kopi Sawunggaling adapun jumlah data pelanggan Gajua Kopi Sawunggaling yang akan peneliti sajikan yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. 2
Jumlah Pengunjung Gajua Kopi Sawunggaling 2025

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Januari	9.842
2	Februari	8.148
3	Maret	6.600
4	April	9.626
5	Mei	10.436
6	Juni	9.716
7	Juli	10.014
8	Agustus	9.398
9	September	9.168
10	Oktober	10.484
11	November	9.520
12	Desember	10.048
Jumlah Rata-rata		113.000
		9.417

Sumber: Data Internal Gajua Kopi Sawunggaling

Berdasarkan tabel 3.2 di atas maka dapat dilihat bahwa pengunjung Gajua

Kopi Sawunggaling mengalami kenaikan dan penurunan selama tahun 2025. Populasi akan diambil dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah pengunjung selama tahun 2025 selama 12 bulan terakhir sebanyak $113.000/12 = 9.417$ orang. Jumlah dibagi 12 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari Gajua Kopi Sawunggaling merupakan rata rata yang akan dijadikan sampel.

3.4.2 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. Menurut Sugiyono (2023:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul betul representatif (mewakili). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan Rumus Slovin sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

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

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung yang peneliti sajikan pada halaman selanjutnya sebagai berikut:

$$n = \frac{9.417}{1 + 9.417(0,1)^2} = \frac{9.417}{95,14} = 98,95 \text{ dibulatkan menjadi } 99$$

Jadi diketahui dari perhitungan, ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 98,95 dibulatkan menjadi 99 orang responden dengan tingkat kesalahan 10% berarti memiliki tingkat akurasi 90%. Jumlah tersebut akan dijadikan ukuran sampel penelitian di Gajua Kopi Sawungguling.

3.4.3 Teknik Sampling

Pada penelitian ini terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian menurut Sugiyono (2023:128) Teknik Sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang di gunakan.

Menurut Sugiyono (2023:128) teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability sampling* dan *Nonprobability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Nonprobability Sampling* terdiri dari sampling sistematis, kuota, *insidental sampling*, jenuh, *purposive* dan *snowball sampling*. Pada penelitian ini teknik *non probability* sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *insidental*

sampling. Menurut Sugiyono (2023:133) Sampling *Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Menurut Sugiyono (2023:296) teknik pengumpulan data dapat menggunakan sumber *primer* dan sumber *sekunder*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber pertama melalui :

a. Observasi

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada Gajua Kopi Sawunggaling. Menurut Sugiyono (2023:203) Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2023:195) Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun

dengan menggunakan telepon

b. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pelanggan serta pihak manajemen Gajua Kopi Sawunggaling guna memperoleh informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner akan disebarkan kepada pelanggan Gajua Kopi Sawunggaling dengan tujuan memperoleh informasi terkait tanggapan responden berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Menurut Sugiyono (2023:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.

2. Penelitian Kepuastakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi dilakukan dengan cara membaca serta mempelajari berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian kepustakaan bertujuan untuk memperoleh data sekunder, yaitu data pendukung yang bersifat teoritis dan diperoleh dari sumber-sumber tertulis. Studi kepustakaan ini memanfaatkan berbagai referensi seperti buku, jurnal, internet, serta dokumen perusahaan, misalnya data penjualan dan data jumlah pengunjung yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian mencakup uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan upaya meminimalkan kesalahan dalam penelitian agar

hasil yang diperoleh lebih akurat dan layak digunakan. Uji ini menunjukkan sejauh mana pernyataan dalam instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur serta relevan dengan tujuan penelitian. Sementara itu, uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran, baik antar responden maupun antar item pernyataan. Dengan demikian, instrumen yang reliabel akan menghasilkan jawaban yang stabil serta tidak menimbulkan perbedaan penafsiran dalam memahami setiap pernyataan.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan prosedur yang digunakan untuk menilai tingkat ketepatan serta kesesuaian antara instrumen penelitian dengan objek yang diukur. Menurut Sugiyono (2023:175) Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan dapat (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat di gunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas setiap item dilakukan dengan cara menghubungkan skor masing-masing pernyataan dengan skor total, yaitu keseluruhan skor dari semua butir dalam instrumen. Nilai korelasi yang diperoleh selanjutnya dibandingkan dengan kriteria atau batas validitas yang telah ditetapkan untuk menentukan apakah item tersebut layak digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2023:246) Untuk mencari nilai korelasinya peneliti menggunakan metode *Pearson Product Moment* dengan rumusan 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*

R = Koefisien validiras item yang dicari

X = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

Y = Skor total instrumen

N = Jumlah responden dalam uji instrumen

ΣX = Jumlah hasil pengamatan variabel X

ΣY = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

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

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

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

Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku sebagai berikut:

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

Menurut Sugiyono (2023:190) Suatu butir instrumen dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas apabila memiliki nilai indeks validitas yang positif dan mencapai minimal 0,3. Oleh karena itu, setiap pernyataan atau item yang menunjukkan koefisien korelasi kurang dari 0,3 perlu dilakukan revisi atau perbaikan, karena belum memenuhi standar sebagai instrumen yang valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical 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.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai tingkat konsistensi dan kestabilan suatu instrumen penelitian dalam mengukur suatu variabel. Menurut Sugiyono (2023:176) Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Metode ini bekerja dengan cara mengkaji tingkat konsistensi antar butir pernyataan dalam suatu instrumen. Pada prosesnya, skor total dari item bernomor ganjil dikorelasikan dengan skor total item bernomor genap. Selanjutnya, hasil korelasi tersebut dianalisis lebih lanjut menggunakan rumus *Spearman Brown* untuk memperoleh nilai reliabilitas secara keseluruhan. Sehubungan dengan hal tersebut, berikut disajikan rumus-rumus yang digunakan dalam pengujian reliabilitas :

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 dengan rumus.

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi 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 kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

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

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus

Korelasi *spearman brown* sebagai berikut :

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

Keterangan:

r = Nilai reliabilitas internal seluruh instrument.

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

Setelah nilai reliabilitas (r hitung) diperoleh, langkah selanjutnya adalah membandingkannya dengan nilai r tabel yang disesuaikan dengan jumlah responden serta tingkat signifikansi yang digunakan. Berdasarkan hasil perbandingan tersebut, dapat ditentukan keputusan mengenai apakah instrumen dinyatakan reliabel atau tidak, sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

a. Bila $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka insrtumen tersebut dikatan reliabel.

b. Bila $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$, maka insrtumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Selain memenuhi kriteria validitas, suatu instrumen penelitian juga harus menunjukkan tingkat keandalan atau reliabilitas. Instrumen dikatakan andal apabila penggunaannya secara berulang dalam kondisi yang sama menghasilkan data yang relatif konsisten atau tidak mengalami perbedaan yang signifikan. Untuk menilai tingkat keandalan tersebut, dilakukan pengujian secara statistik melalui perhitungan koefisien reliabilitas. Apabila nilai koefisien reliabilitas melebihi 0,7, maka seluruh item pernyataan dalam instrumen dapat dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

3.7 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis data adalah tahapan yang digunakan peneliti untuk mengolah dan menata data penelitian secara sistematis. Proses ini mencakup pengelompokan data sesuai dengan variabel penelitian dan karakteristik responden, penyusunan data dalam bentuk tabel berdasarkan masing-masing variabel, serta penyajian data untuk setiap variabel yang dikaji. Selain itu, dilakukan pula perhitungan statistik guna menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Namun, apabila penelitian tidak menetapkan hipotesis, maka tahap pengujian hipotesis tersebut tidak perlu dilakukan. Menurut Sugiyono (2023:206) mengungkapkan bahwa analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan secara sistematis melalui tahapan pengolahan, penyajian, serta interpretasi data agar hasil yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi sebenarnya dari fenomena yang diteliti.

Analisis data dengan pendekatan statistik deskriptif dilakukan dengan cara

menyajikan data dalam berbagai bentuk, seperti tabel, grafik, diagram batang, diagram lingkaran, maupun pictogram. Selain itu, analisis ini juga mencakup perhitungan ukuran pemusatan data seperti modus, median, dan mean, serta ukuran letak seperti desil dan persentil. Untuk mengetahui tingkat penyebaran data, digunakan perhitungan rata-rata dan standar deviasi, serta persentase. Dalam statistik deskriptif, peneliti juga dapat mengidentifikasi kekuatan hubungan antarvariabel melalui analisis korelasi, melakukan estimasi atau prediksi menggunakan analisis regresi, serta membuat perbandingan dengan melihat perbedaan rata-rata pada data sampel maupun populasi. Menurut Sugiyono(2023:121) Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Tujuan dari analisis tersebut adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen, yaitu Kualitas Produk (X_1) dan *People* (X_2), terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y), di Gajua Kopi Sawungguling.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik yang digunakan untuk menjelaskan serta menggambarkan karakteristik dari variabel-variabel yang diteliti. Melalui pendekatan ini, data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner diolah dan disajikan sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi atau fenomena yang diteliti. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tanggapan

pelanggan terhadap variabel Kualitas Produk (X_1) dan *People* (X_2), terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) Menurut Sugiyono (2023:64) analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*.

Skala *likert* menurut Sugiyono (2023:146) Skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap butir instrumen yang disusun menggunakan skala *likert* memiliki tingkatan respons yang berjenjang, mulai dari pernyataan yang sangat positif (*favorable*) hingga sangat negatif (*unfavorable*). Masing-masing alternatif jawaban kemudian diberi nilai atau skor tertentu sesuai dengan tingkat persetujuan responden. Skor tersebut digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur kecenderungan jawaban yang dipilih oleh responden terhadap setiap pernyataan. Dengan adanya pemberian nilai pada masing-masing alternatif jawaban. Berikut ini merupakan pembagian skor pada skala likert menurut Sugiyono:

Tabel 3. 3
Alternatif Jawaban Dengan 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, dapat dipahami bahwa pernyataan yang bersifat positif dan negatif memiliki sistem penilaian yang saling berlawanan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pernyataan yang bersifat positif, sehingga jawaban sangat setuju diberi skor 5, setuju diberi skor 4, dan seterusnya menurun hingga skor terendah. Sementara itu, pada pernyataan yang bersifat negatif, pemberian skor dilakukan secara terbalik, di mana pilihan jawaban yang menunjukkan ketidaksetujuan memperoleh nilai yang lebih tinggi dibandingkan jawaban yang menunjukkan persetujuan.

Pertanyaan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel independen maupun dependen dalam operasionalisasi variabel ini diukur menggunakan instrumen berupa kuesioner. Setiap indikator dianalisis dengan skala Likert, kemudian dihitung jumlah frekuensi jawaban pada masing-masing kategori pilihan. Selanjutnya, seluruh jawaban responden direkap dan dijumlahkan untuk memperoleh gambaran umum hasil penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian dihitung nilai rata-ratanya dengan menggunakan ukuran pemusatan, yaitu mean, sebagai bagian dari analisis statistik nonparametrik. Untuk menetapkan kategori penilaian pada garis kontinum, peneliti menggunakan rumus tertentu sebagai dasar pengelompokan skor. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

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

Setelah nilai rata-rata diperoleh, hasil tersebut kemudian ditempatkan pada garis kontinum untuk melihat kecenderungan jawaban responden. Penentuan posisi pada garis tersebut didasarkan pada besarnya skor rata-rata yang telah dihitung, kemudian dikelompokkan ke dalam kategori tertentu sesuai dengan rentang skor

yang telah ditetapkan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Nilai Tertinggi = 5

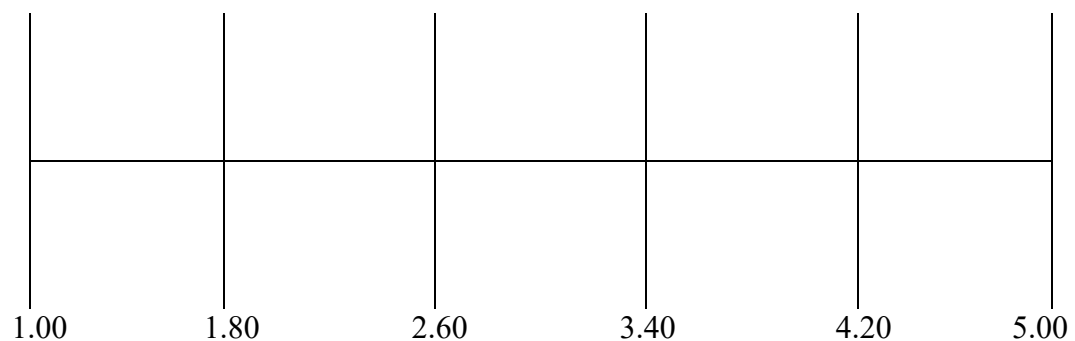
Nilai Terendah = 1

Rentang Skor = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

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

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Tidak Baik.
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak Baik.
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Kurang Baik.
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik.
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat Baik.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui kategori skala gambar dihalaman berikut :



Gambar 3. 1 Garis Kontinum

Sumber : Sugiyono (2023)

3.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu. Menurut Sugiyono (2021:17) penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) karena variabel independen tidak langsung mempengaruhi variabel dependen. Berikut peneliti memaparkan beberapa metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.7.2.1 *Method of Successive Interval (MSI)*

Method of Successive Interval (MSI) merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval. Hal tersebut karena penggunaan analisis liner berganda dalam pengolahan datanya. Sebelum data dianalisis dengan metode tersebut, data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan menggunakan Teknik *Method of Successive Interval (MSI)*. Berikut adalah langkah-langkah menganalisis dengan *Method of Successive Interval (MSI)*:

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-kor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.

3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proposi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (*scale value / SV*)

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

Keterangan :

SV (Scale Value) = Rata-rata interval

Density at lower limit = Kepaduan batas bawah

Density at upper limit = Kepaduan batas atas

Area under upper limit = Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit = Daerah dibawah batas bawah

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

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[sv \text{ min}]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program SPSS for windows untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval. Kemudian selanjutnya peneliti akan menjelaskan mengenai metode yang peneliti akan gunakan selanjutnya pada penelitian ini.

3.7.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan peneliti untuk

mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2023:186) menyatakan bahwa Analisis regresi linear berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) dua variabel bebas atau lebih yang terdiri dari kualitas produk (X1) dan *people* (X2) dengan variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Berikut ini persamaan dari regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y' = Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

a = Konstanta persamaan regresi

b_1 = Koefisien Regresi (Kualitas Produk)

b_2 = Koefisien Regresi (People)

x_1 = Variabel Bebas (Kualitas Produk)

x_2 = Variabel Bebas (People)

ε = Tingkat Kesalahan (Standar error)

Pada analisis regresi linier berganda nilai koefisien sangat menentukan untuk menganalisis penelitian ini. Dalam hal ini apabila nilai koefisien positif (+) maka terjadi pengaruh positif antara variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Namun sebaliknya apabila nilai dari koefisien negatif (-) maka terjadi pengaruh negatif antara variabel bebas (*independent*) terhadap variabel (*dependent*).

3.7.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis Korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan Korelasi antara variabel penelitian yaitu variabel kualitas produk (X1), *People* (X2), dan Kepuasan pelanggan (Y). Korelasi yang digunakan adalah Korelasi berganda dengan rumus sebagai berikut:

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

Ke terangan :

R = Koefisien regresi ganda

JK_(reg) = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat dan Korelasi

Mencari JK_(reg) dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana:

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

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

Mencari ΣY^2 menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\Sigma Y^2 = \Sigma Y^2 - \frac{\Sigma Y^2}{N}$$

Berdasarkan nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh dapat dihubungkan $-1 < R < 1$, yaitu:

1. Apabila $R=1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2, Y dan variabel semua positif sempurna
2. Apabila $R=-1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2, Y dan variabel

negatif sempurna.

3. Apabila $R=0$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan Y .
4. Apabila nilai R berada diantara -1 dan 1, maka tanda (-) menyatakan adanya korelasi tak langsung antara korelasi negatif dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikeumakan oleh Sugiyono (2023:248). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Cukup
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2023:248)

3.7.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yang biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase. Perhitungan koefisien determinasi dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu analisis koefisien determinasi secara simultan (berganda) untuk melihat pengaruh bersama-sama, serta analisis koefisien determinasi secara parsial untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara terpisah. Adapun perhitungannya menggunakan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi berganda (simultan)

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel kualitas produk (X1) dan *People* (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan rumus:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = kuadrat dari koefisien Korelasi berganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Analisis determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, dengan rumus:

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

β = Beta (nilai standar *r liezed coefficients*)

Zero order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat.

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

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

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

3.7.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap permasalahan

penelitian yang masih bersifat dugaan dan memerlukan pembuktian secara empiris untuk mengetahui apakah pernyataan atau dugaan jawaban itu dapat diterima atau ditolak. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk dan *people* terhadap kepuasan pelanggan. baik secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.7.3.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. 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 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 *people* terhadap kepuasan pelanggan
 - a. $H_0 : b_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh *people* terhadap kepuasan pelanggan
 - b. $H_0 : b_1 \neq 0$, terdapat pengaruh *people* terhadap kepuasan pelanggan

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

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

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 :

3.7.3.2 Uji Hipotesis Simultan (F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan 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 signifikansi (α) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%, ditentukan sebagai berikut :

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan people terhadap kepuasan pelanggan.
2. $H_1 : b_1, b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas produk dan people terhadap kepuasan pelanggan.

Uji hipotesis simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan atau keseluruhan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui tingkat signifikannya dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

F = Uji hipotesis simultan dengan uji F

R^2 = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel independen(bebas)

n = Jumlah sampel

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

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diolak, H_1 diterima (Siginifikan).
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 terima, H_1 ditolak (Tidak siginifikan).

3.8 Rancangan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2023:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data secara langsung dari sumbernya dan memungkinkan peneliti menjangkau responden dalam jumlah besar dengan waktu yang relatif efisien. Melalui kuesioner, peneliti dapat mengukur sikap, persepsi, serta pendapat responden terhadap variabel-variabel yang sedang diteliti secara objektif dan terstruktur.

Kuesioner dalam penelitian ini berisi pernyataan mengenai variabel Kualitas

Produk, *people*, dan Kepuasan pelanggan. Rancangan kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang diberikan pada responden telah dibatasi atau telah ditentukan oleh peneliti. Responden diminta untuk memilih jawaban pada kolom yang telah disediakan oleh peneliti sesuai dengan tingkat persetujuan terhadap setiap pernyataan yang diajukan dengan berpedoman pada skala Likert.

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Gajua Kopi Sawunggaling, Jl. Sawunggaling No.7, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40116. Peneliti juga melakukan penelitian kepada pelanggan Gajua Kopi Sawunggaling. Adapun waktu penelitian ini terhitung mulai dari bulan Januari 2026 sampai selesai.