

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian yang digunakan

Metode penelitian memiliki peran penting dalam membantu peneliti mencapai tujuan studinya, terutama untuk menemukan jawaban atas masalah yang sedang dikaji. Menurut Sugiyono (2021:2), menjelaskan bahwa metode penelitian merupakan serangkaian langkah yang mencakup proses pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sesuai dengan rumusan masalah yang dijelaskan pada bab 1 dimana penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel maupun lebih (variabel yang berdiri sendiri), sehingga dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan atau mencari hubungan dengan variabel lain yang akan diteliti, Penelitian deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah nomor satu, yaitu untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai nilai variabel Kualitas Produk (X1), *People* (X2), Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan analisis verifikatif ditujukan untuk menjawab perumusan nomor dua, tiga, dan empat yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Produk (X1), *People* (X2), Kepuasan Pelanggan (Y) secara simultan maupun parsial.

3.2. Definisi Variabel dan Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah yang telah ditentukan. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terikat atau merupakan salah satu penyebab.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel yang diteliti yaitu Kualitas Produk sebagai variabel bebas/*independen* pertama (X_1), *People* sebagai variabel bebas/*independen* kedua (X_2), dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat/*dependen* (Y). Berikut definisi variabel penelitiannya:

1. Kualitas Produk (X_1)

Menurut Kotler dan Keller (2022:188), kualitas produk dapat diartikan sebagai sejauh mana suatu produk mampu menjalankan fungsi utamanya dengan baik. Kualitas ini mencakup berbagai aspek, seperti tingkat ketahanan, keandalan, ketepatan dalam berfungsi, kemudahan saat digunakan maupun diperbaiki, serta berbagai atribut lain yang menjadi bagian dari produk tersebut.

2. *People* (X_2)

Menurut Heva Oktavianti & Drs. Tigor Hutapea, ME, (2022) *people* adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2022:448), kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai reaksi emosional, baik berupa rasa senang maupun kecewa, yang muncul ketika pelanggan membandingkan kinerja produk yang diterima dengan harapan awal mereka.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan tahapan dalam penelitian dimana variabel-variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan secara lebih jelas mengenai konsep dimensi dan indikator variabel penelitian yang akan menjadi bahan dalam penyusunan instrumen/pernyataan kuesioner penelitian.

Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden serta untuk menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian yang dilakukan. Operasionalisasi variabel berfungsi untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, dimensi variabel, indikator variabel, ukuran variabel, dan skala pengukuran yang digunakan. Secara garis besar operasionalisasi variabel penelitian pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel selanjutnya sebagai berikut:.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
Kualitas Produk (X₁) Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan, durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasia, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kotler & Keller (2022:188)	Fitur	Ciri Khas	Tingkat ciri khas produk	Likert	1
		Keragaman Produk	Tingkat keragaman produk	Likert	2
	Kinerja	Cita rasa produk	Tingkat cita rasa produk	Likert	3
		Kesegaran bahan baku	Tingkat kesegaran produk	Likert	4
	Kehandalan	Kesesuaian produk dengan manfaat yang dirasakan	Tingkat kesesuaian produk Eight Fully Café dengan manfaat yang dirasakan	Likert	5
People (X₂) <i>people</i> adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Heva Oktavianti & Drs. Tigor Hutapea, ME, (2022)	Kualitas Pelayanan	Keramahan	Keramahan petugas dalam memberikan layanan	Likert	6
		Sikap	Sikap petugas dalam memberikan layanan	Likert	7
		Sopan santun	Sopan santun petugas dalam memberikan layanan	Likert	8
		Tindakan	Tindakan petugas dalam memberikan layanan	Likert	9

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	Kerapihan Karyawan	Berpakaian	Cara berpakaian petugas dalam melayani konsumen	Likert	10
		Penampilan	Penampilan petugas dalam melayani konsumen	Likert	11
		Kemampuan petugas	Kemampuan petugas dalam menggunakan alat bantu untuk mendukung proses pelayanan	Likert	12
		Keahlian petugas	Keahlian petugas dalam megoprasikan alat bantu pelayanan secara efektif.	Likert	13
Kepuasan Pelanggan (Y) Perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan suatu produk atau layanan dengan harapannya Kotler & Keller (2022:448)	Kinerja	Kualitas produk yang dihasilkan	Tanggapan pelanggan mengenai tingkat kualitas produk	Likert	14
		Kualitas layanan yang dihasilkan	Tanggapan pelanggan mengenai tingkat kualitas layanan	Likert	15

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	Harapan	Kesesuaian harapan atas kualitas produk	Tanggapan pelanggan mengenai tingkat kesesuaian harapan pelanggan terhadap kualitas produk	Likert	16
		Kesesuaian atas suasana yang bagus	Tanggapan pelanggan mengenai tingkat kesesuaian harapan pelanggan terhadap suasana	Likert	17

Data diolah peneliti, 2026.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian yang dilakukan membutuhkan objek atau individu yang harus diteliti untuk permasalahan dapat diselesaikan. Populasi adalah keseluruhan objek yang terdapat dalam penelitian, dan dengan menentukan populasi, peneliti dapat melaksanakan pengolahan data secara teratur. Tahapan pengumpulan data dimulai dengan menetapkan responden yang termasuk dalam populasi tersebut. Dari populasi itu, peneliti memilih sejumlah individu dengan karakteristik tertentu yang dikenal sebagai sampel. Sampel dari penelitian diperoleh melalui penerapan metode pengambilan sampel yang sesuai. Penelitian yang dilakukan membutuhkan objek atau individu yang harus diteliti agar permasalahan dapat diselesaikan.

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2021:61) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke *Eight Fully Café*.

Tabel 3. 2
Data Jumlah Pelanggan *Eight Fully Café* Tahun 2025

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1	Januari	537
2	Februari	662
3	Maret	1.421
4	April	465
5	Mei	558
6	Juni	701
7	Juli	719
8	Agustus	597
9	September	1.222
10	Oktober	932
11	November	1.256
12	Desember	1.293
Total		10.363
Rata-rata		864

Sumber: *Eight Fully Café*

Berdasarkan tabel 3.2 total pengunjung *Eight Fully Café* selama satu tahun diperkirakan mencapai sekitar 10.363 orang. Jumlah pengunjung tertinggi tercatat pada bulan Maret dengan sekitar 1.421 orang, diikuti oleh Desember sebanyak 1.293 orang. Sementara itu, jumlah pengunjung paling sedikit terjadi pada bulan April, yaitu sekitar 465 orang. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa tingkat kunjungan ke *Eight Fully Café* cenderung meningkat pada bulan-bulan tertentu, terutama menjelang akhir tahun, ini bisa menjadi salah satu indikator adanya kendala dalam strategi pemasaran atau kendala tertentu lainnya.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2021:62) Sampel adalah bagian dari

jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. 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. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Dihitung sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) adalah 10% (0,1)

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat di hitung untuk penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{864}{1 + 864(0,1)^2} = 89,62 = 90 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat diketahui bahwa untuk ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 89,62 atau di bulatkan menjadi 90 responden yang akan dijadikan ukuran sampel penelitian di *Eight Fully Café*.

3.3.3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2021:128) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu probability sampling dan non probability sampling. Menurut Sugiyono (2021:129) Teknik probability sampling adalah Teknik pengumpulan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk

dipilih menjadi anggota sampel. Menurut Sugiyono (2021:31) Teknik non probability sampling adalah Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah Teknik non *probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yang digunakan yaitu dengan incidental sampling. Menurut Sugiyono (2021:33) *incidental sampling* merupakan teknik penentu sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis Kelamin	1) Laki-laki 2) Perempuan
2	Usia	1) <18 tahun 2) 18-23 tahun 3) 24-29 tahun 4) 30-35 tahun 5) >35 tahun
3	Pekerjaan	1) Pelajar 2) Mahasiswa 3) Wirausaha 4) PNS 5) Pegawai swasta
4	Penghasilan	1) Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000 per bulan 2) Rp. 2.600.000 – Rp. 3.000.000 per bulan 3) Rp. 3.600.000 – Rp. 4.500.000 per bulan 4) Rp. 4.600.000 – per bulan
5	Motivasi berkunjung	1) Ingin makan 2) Ingin santai 3) Bertemu teman 4) Mengerjakan tugas
6	Frekuensi berkunjung	1) < 3 kali 2) > 3 kali

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Pada saat melakukan penelitian, peneliti memerlukan data-data pendukung sebagai salah satu input yang diperlukan. Bila dilihat dari sumber datanya, maka teknik pengumpulan dapat menggunakan data primer dan data sekunder. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data yang tepat, maka akan sulit bagi peneliti untuk mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut::

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Metode ini digunakan untuk memperoleh data secara langsung dari lapangan yang berhubungan dengan objek penelitian. Data yang dikumpulkan bersifat primer dan diperoleh melalui beberapa cara atau pendekatan berikut:

a. Observasi (Pengamatan Langsung)

Menurut Sugiyono (2021:203), observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas maupun kondisi objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi di Eight Fully Café untuk mendapatkan gambaran nyata mengenai kegiatan operasional serta suasana lingkungan kafe.

b. Wawancara (Interview)

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2021:195), wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan atau tanya jawab dengan pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan objek penelitian, seperti manajemen maupun pelanggan. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada konsumen dan pihak Eight Fully Café guna memperoleh informasi yang relevan dengan topik penelitian.

c. Kuesioner (Angket)

Kuesioner digunakan sebagai alat bantu untuk mengumpulkan data melalui penyebaran daftar pertanyaan kepada responden. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun dalam bentuk Google Form dan dibagikan kepada 100 responden yang pernah berkunjung ke Eight Fully Café. Setiap pertanyaan telah dilengkapi dengan opsi jawaban agar memudahkan responden dalam mengisi serta memperlancar proses pengolahan data.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan metode studi literatur, yaitu proses membaca, mempelajari, dan menganalisis berbagai sumber yang relevan dengan topik penelitian. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengumpulkan data yang bersifat teoritis dan referensi, seperti buku, artikel ilmiah, laporan penelitian, artikel daring, serta dokumen perusahaan, termasuk di dalamnya data penjualan. Metode ini berfungsi untuk memperkuat dasar teori dan mendukung hasil penelitian lapangan.

3.5. Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2020:206). Metode analisis data dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan seluruh variabel secara simultan menggunakan uji F dan secara parsial menggunakan uji-t.

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan software SmartPLS, dikarenakan dalam penelitian ini berbentuk reflektif. Model reflektif merupakan model yang menunjukkan hubungan variabel laten dan indikatornya (Ghozali &

Latan, 2020:7). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan memberikan sejumlah pernyataan tertulis tertuju kepada para responden dan akan kemudian dijawab. Menurut Yamin & Kurniawan (2011), pemodelan persamaan struktural yang sering disebut Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS SEM) digunakan untuk menganalisis data dan jalur pemodelan dengan variabel laten. Menurut Ghazali & Latan (2020:7) analisis PLS-SEM biasanya terdiri dari dua sub bab model yaitu model pengukuran yang disebut outer model dan model struktural yang disebut inner model. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest atau observed variabel merepresentasikan variabel laten untuk diukur. Sedangkan model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk. penelitian ini mengumpulkan data dengan cara penyebaran kuesioner dengan memberikan nilai atas jawaban responden dengan skala likert.

Tabel 3.4
Skala Likert

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

Sumber : Sugiyono (2021)

3.5.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2020:325) analisis deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Dalam penelitian deskriptif data dapat disajikan dalam bentuk table, grafik, uraian singkat, dan lain-lain, sehingga dapat menggambarkan objek

penelitian. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui mengenai kondisi Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan Menyusun table distribusi frekuensi untuk mengetahui tingkat perolehan nilai variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata dilakukan dengan menjumlahkan jawaban kuesioner lalu dibagi jumlah pernyataan dikalikan jumlah responden. Berikut cara perhitungannya :

$$\frac{\sum \text{jawaban kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}} = \text{skor rata-rata}$$

Setelah skor rata – rata sudah diketahui, maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang didasari pada nilai rata – rata skor ang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

$$\text{Rentang skor} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah nilai}}$$

Keterangan:

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

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

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum seperti berikut ini:



Sumber: Sugiyono (2021).

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.5.1.1. Analisis *Outer Model* (Model Pengukuran)

Outer Model yaitu model pengukuran yang menghubungkan indikator dengan variabel latennya. Dalam outer model terdapat dua tipe indikator yaitu indikator reflektif dan indikator formatif. Indikator reflektif. Indikator ini mempunyai ciri-ciri: arah hubungan kausalitas dari variabel laten ke indikator Indikator formatif. Menurut Ghazali & Latan (2020:67) outer model atau model pengukuran yang menjelaskan bagaimana blok indikator dan variabel latennya berhubungan satu sama lain. Pengujian outer model memberikan nilai untuk analisis reliabilitas dan validitas. Hal ini berguna untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuesioner atau instrumen penelitian. Pengujian outer model yang dilakukan yaitu terdiri dari:

3.5.1.2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah instrument penelitian (pernyataan dalam kuesioner) dapat digunakan untuk mengukur apa yang

seharusnya diukur. Semakin tinggi nilai validitas maka semakin valid sebuah penelitian. Ukuran yang digunakan untuk uji validitas menggunakan software Smart-PLS 4.0 adalah:

1. *Convergent Validity*

Validitas konvergen menyatakan bahwa ukuran konstruk harus berkorelasi tinggi. Jika ada korelasi yang kuat antara skor pada dua instrumen berbeda yang mengukur konstruk yang sama, ini dikenal sebagai validitas konvergen. Untuk mengevaluasi validitas konvergen *Partial Least Squares* (PLS) dengan indikator reflektif, digunakan korelasi faktor muatan antara skor item/komponen dan skor konstruk dari indikator yang mengukur konstruk. Akibatnya, signifikansi pemuatan dalam menginterpretasikan matriks faktor meningkat seiring dengan nilai faktor loading. Untuk validitas konvergen, aturan umumnya ialah *outer loading* $> 0,7$, *communality* $> 0,5$ dan *Average Variance Extracted* (AVE) $> 0,5$.

2. *Discriminant Validity*

Validitas diskriminan dapat dievaluasi berdasarkan pengukuran cross loading dengan konstruk. Secara umum nilai outer loading dari sebuah variabel indikator harus lebih besar dari semua nilai outer loading variabel indikator tersebut terhadap konstruk yang lain.

3.5.1.3. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi, ketelitian, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dengan menggunakan program SmartPLS 4.0, reliabilitas konstruk dapat diukur menggunakan indikator reflektif dalam PLS-SEM menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

a. Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha adalah ukuran batas bawah reliabilitas konstruk, sedangkan reliabilitas gabungan adalah ukuran nilai reliabilitas aktual konstruk.

b. Composite Reliability

Composite Reliability dianggap unggul untuk memperkirakan konsistensi internal konstruk.

Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0,7 sebagai aturan umum, meskipun nilai 0,6 dapat diterima.

Tabel 3.5
Rule of Thumb Outer Model

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb
<i>Convergent Validity</i>	<i>Loading Factor</i>	> 0.70
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	> 0.50
<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading</i>	> 0.70 untuk setiap variabel
<i>Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	> 0.70
	<i>Composite Reliability</i>	> 0.70

Sumber: (Ghozali & Latan, 2020:71)

3.5.2. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Analisis verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, sehingga diperoleh hasil yang memperkuat atau menggugurkan teori atau hasil penelitian sebelumnya. Menurut Sugiyono (2022:55) Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian, maka penelitian ini menggunakan SEM-PLS karena variabel independen tidak langsung mempengaruhi variabel dependen.

3.5.2.1. Analisis *Inner Model* (Model Struktural)

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk variabel dependen dan nilai koefisien path untuk variabel independen yang kemudian dinilai signifikansinya berdasarkan nilai t-statistic setiap path. Menurut (Ghozali & Latan, 2020:73), Inner model atau model struktural menggambarkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk yang dibangun berdasarkan substansi teori. Inner model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten.

3.5.2.2. *R-Square* (R^2)

R-Square adalah ukuran proporsi variasi nilai variabel yang di pengaruhi (endogen) dan dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (eksogen). Menurut Juliandi ini berguna untuk memprediksi apakah model adalah baik atau buruk. Kriteria dari R-Square menurut Juliandi adalah sebagai berikut: a. Jika nilai R^2 (adjusted) = 0.75 → model adalah substansial (kuat). b. Jika nilai R^2 (adjusted) = 0.50 → model adalah moderate (sedang). c. Jika nilai R^2 (adjusted) = 0.25 → model adalah lemah (buruk).

3.5.2.3. *F-Square* (F^2)

F-Square adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang di pengaruhi (endogen). Perubahan nilai (R^2) saat variabel eksogen tertentu dihilangkan dari model, dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel yang dihilangkan memiliki dampak substansif pada konstruk endogen. Kriteria F Square menurut adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $(F^2) = 0.02 \rightarrow$ efek yang kecil dari variabel eksogen terhadap variabel endogen.
- b. Jika nilai $(F^2) = 0.15 \rightarrow$ efek yang sedang/berat dari variabel eksogen terhadap variabel endogen.
- c. Jika nilai $(F^2) = 0.35 \rightarrow$ efek yang besar dari variabel eksogen terhadap variabel endogen.

3.5.3. Uji Hipotesis

Untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang diajukan, diperlukan pengujian hipotesis yang sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat. Dalam studi ini, peneliti menggunakan uji signifikan untuk menentukan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol (H_0) merupakan pernyataan yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel yang bebas dan variabel yang terikat. Sementara itu, hipotesis alternatif (H_a) mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel yang bebas dan variabel yang terikat.

3.5.3.1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

$H_1: \beta_1, \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Penelitian dalam hal ini melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda yang dimana menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

(n-k-1) = Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan yang telah dijelaskan di atas maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak

3.5.3.2. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis secara parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan $H_1 : \beta_1 \neq 0$, terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

- a. $H_0 : \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan
- b. $H_1 : \beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kemudian dilakukan pengujian dengan rumus Uji T dengan signifikan 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

rp = nilai korelasi parsial

$t = t_{hitung}$ yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel} .

Selanjutnya hasil hipotesis thitung dibandingkan dengan trabel dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

3.6. Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan alat untuk mengumpulkan informasi atau data yang diimplementasikan dalam bentuk item atau pernyataan. Instrumen ini mencakup pertanyaan terkait variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, di mana pertanyaan dirancang sedemikian rupa sehingga memberikan pilihan jawaban alternatif yang telah ditentukan sebelumnya untuk memahami dampak yang terjadi dalam perusahaan. Responden cukup memilih dari kolom yang disediakan berdasarkan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, berkaitan dengan variabel-variabel yang sedang dianalisis dengan menggunakan pedoman skala *Likert*.

3.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Eight Fully Café yang beralamat di Jl. Pagarsih No. 120, Cibadak, Kecamatan Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat, kode pos 40241. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Januari sampai dengan selesai.