

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. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah melalui pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode survei. Menurut Sugiyono (2023:6) pengertian metode survei adalah pengumpulan data yang dilakukan terhadap suatu objek di lapangan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Tujuan penelitian survei adalah untuk mengumpulkan data dari responden melalui kuesioner guna memperoleh informasi yang menggambarkan fenomena atau permasalahan tertentu dalam populasi yang diteliti.

Jenis metode yang digunakan ialah metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan Fiksi Coffee Majalengka. Sedangkan metode verifikatif merupakan metode dengan tujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam suatu penelitian, peneliti perlu menjelaskan definisi variabel penelitian serta operasionalisasi variabel yang digunakan. Hal ini penting karena operasionalisasi variabel memberikan gambaran yang jelas mengenai konsep variabel yang diteliti sehingga dapat diukur secara tepat dan menghindari terjadinya perbedaan penafsiran. Dengan adanya operasionalisasi variabel, setiap konsep yang masih bersifat abstrak dapat dijabarkan ke dalam dimensi, indikator, ukuran, dan skala pengukuran yang dapat diamati serta diukur melalui instrumen penelitian. Selain itu, operasionalisasi variabel juga menjadi pedoman dalam penyusunan kuesioner sehingga data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian.

Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X), kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Y), dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen (Z). Ketiga variabel tersebut kemudian dioperasionalkan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala pengukuran yang mengacu pada teori-teori yang relevan sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan instrumen penelitian dan proses analisis data.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian harus ditetapkan dengan pasti sebelum melakukan penelitian. Penelitian ini mencakup tiga variabel yang akan dianalisis keterkaitannya, terdiri dari satu variabel independen, yaitu kualitas pelayanan (X), serta satu variabel *intervening*, yaitu kepuasan pelanggan (Y) dan satu variabel dependen, yaitu loyalitas pelanggan (Z). Definisi dari masing-masing variabel tersebut dijelaskan pada halaman selanjutnya:

1. Kualitas Pelayanan (X)

Menurut Masri Ramadhan dan Bobby Rahman (2020:15) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk menyampaikan sesuatu secara *excellence* untuk memenuhi harapan konsumen”.

2. Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Kotler *et al.* (2022:448) mendefinisikan bahwa “*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations*”.

3. Loyalitas Pelanggan (Z)

Menurut Kotler *and* Keller (2019:153) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah “*A deeply held commitment to repurchase a product or service in the future despite situational influences and marketing efforts that could potentially lead to switching behaviours.*”

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel penelitian digunakan dalam menentukan konsep, dimensi, indikator serta skala dari variabel-variabel yang diteliti. Sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian, indikator-indikator tersebut dikembangkan lagi menjadi pertanyaan-pertanyaan yang akan digunakan dalam kuesioner. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memberikan batasan yang jelas terhadap setiap variabel penelitian sehingga memudahkan proses pengukuran dan analisis data. Penjelasan mengenai operasionalisasi variabel dijelaskan pada halaman selanjutnya:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Kualitas Pelayanan (X) “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk menyampaikan sesuatu secara <i>excellence</i> untuk memenuhi harapan konsumen”. Masri Ramadhan dan Bobby Rahman (2020:15)	<i>Tangible</i>	Kelengkapan fasilitas	Tingkat ketersediaan fasilitas yang dibutuhkan pelanggan	Ordinal	1
		Kerapian penampilan karyawan	Tingkat kerapian dan profesionalisme penampilan karyawan	Ordinal	2
	<i>Reliability</i>	Ketepatan pelayanan yang diberikan	Tingkat ketepatan karyawan dalam memberikan pelayanan	Ordinal	3
		Konsistensi pelayanan yang diberikan	Tingkat konsistensi karyawan dalam memberikan pelayanan	Ordinal	4
	<i>Responsive-ness</i>	Kecepatan dalam melayani	Tingkat kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan	Ordinal	5
		Kesediaan membantu pelanggan	Tingkat kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan	Ordinal	6
	<i>Assurance</i>	Keramahan karyawan	Tingkat keramahan dalam pelayanan	Ordinal	7
		Rasa aman	Tingkat rasa aman dan	Ordinal	8

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
	<i>Empathy</i>		kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan		
		Perhatian karyawan kepada pelanggan	Tingkat perhatian karyawan terhadap kebutuhan pelanggan	Ordinal	9
		Kepedulian karyawan terhadap kebutuhan pelanggan	Tingkat kepedulian karyawan terhadap keluhan pelanggan	Ordinal	10
Kepuasan Pelanggan (Y) “Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations” Kotler <i>et al.</i> (2022:448)	<i>Performance</i>	Kepuasan pelayanan	Tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan Fiksi Coffee	Ordinal	11
		Kepuasan terhadap kinerja karyawan	Tingkat kemampuan karyawan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan	Ordinal	12
	<i>Expectations</i>	Pelayanan sesuai dengan harapan	Tingkat kesesuaian pelayanan yang diberikan Fiksi Coffee sesuai dengan harapan	Ordinal	13
		Kemampuan karyawan sesuai	Tingkat kemampuan karyawan dalam	Ordinal	14

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
		dengan harapan	memberikan pelayanan sesuai harapan pelanggan		
Loyalitas Pelanggan (Z) <i>“A deeply held commitment to repurchase a product or service in the future despite situational influences and marketing efforts that could potentially lead to switching behaviours.”</i> Kotler and Keller (2019:153)	Repeat purchase	Melakukan pembelian ulang	Tingkat pembelian ulang Fiksi Coffee	Ordinal	15
		Kesetiaan dalam melakukan pembelian	Tingkat Kesetiaan dalam melakukan pembelian Fiksi Coffee	Ordinal	16
	Retention	Tidak berpindah dari Fiksi Coffee	Tingkat Tidak memiliki keinginan untuk berpindah dari Fiksi Coffee	Ordinal	17
		Tidak mudah terpengaruh oleh <i>coffee shop</i> lain	Tingkat kekebalan pelanggan dari pesaing	Ordinal	18
	Referrals	Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain	Tingkat Merekomendasikan untuk mengunjungi Fiksi Coffee kepada teman, rekan atau keluarga	Ordinal	19
		Kesediaan mengajak kepada orang lain	Tingkat mengajak untuk mengunjungi Fiksi Coffee kepada teman, rekan atau keluarga	Ordinal	20

Sumber: Data diolah Peneliti, 2026

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

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

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui kriteria dan dapat dikategorikan kedalam objek tersebut berupa manusia. Populasi menurut Sugiyono (2023:126) merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya. Penetapan populasi merupakan tahap yang penting dalam penelitian karena menjadi dasar dalam menentukan sampel yang akan digunakan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pengunjung Fiksi Coffee di Majalengka. Populasi tersebut dipilih karena sesuai dengan objek penelitian, yaitu pelanggan yang pernah merasakan kualitas pelayanan sehingga mampu memberikan penilaian terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Adapun data jumlah pengunjung Fiksi Coffee dari bulan Januari sampai dengan Desember Tahun 2025 dapat dilihat pada Tabel 3.2 pada halaman selanjutnya:

Tabel 3. 2
Jumlah Pengunjung Fiksi Coffee Bulan Januari-Desember Tahun 2025

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	1182
2	Februari	1077
3	Maret	683
4	April	713
5	Mei	752
6	Juni	875
7	Juli	769
8	Agustus	798
9	September	868
10	Oktober	717
11	November	773
12	Desember	1061

Sumber: Fiksi Coffee

Berdasarkan Tabel 3.1 menjelaskan bahwa jumlah pengunjung Fiksi Coffee selama periode Januari hingga Desember 2025 mengalami fluktuatif dan jumlah pengunjung terendah ada pada bulan Maret karena bertepatan dengan bulan Ramadhan sehingga terjadi penurunan aktivitas konsumsi di luar rumah, khususnya pada siang hingga sore hari. Selain itu, perubahan pola konsumsi masyarakat selama bulan Ramadhan juga mempengaruhi tingkat kunjungan pelanggan ke *coffee shop*. Dengan demikian maka populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan pengunjungnya selama periode bulan Januari-Desember 2025 yaitu sebanyak $10.268/12 = 855$ orang. Jumlah dibagi 12 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari Fiksi Coffee di Majalengka.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi dalam penelitian yang dilakukan. Menurut Sugiyono (2023:127) sampel

adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan karena adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka dari itu akan diambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili). Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

N = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

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

Jumlah populasi penelitian ini sebanyak **855** orang dengan asumsi tingkat kesalahan (e) yang dapat di tolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat ke akuratanya yaitu sebesar 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{855}{1 + 855(0,1)^2} = 89,52 \text{ dibulatkan menjadi } 90 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian sebanyak 90 orang yang akan dijadikan ukuran sampel.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2023:131) *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *non probability sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah *insidental sampling* dan *purposive sampling*.

Insidental Sampling menurut Sugiyono (2023:133) merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bisa dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sedangkan definisi *Purposive Sampling* menurut Sugiyono (2022:133) merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung dan juga melalui *Google Form* kepada responden yang pernah berkunjung ke Fiksi Coffee, di bawah ini peneliti sajikan karakteristik responden pada *Purposive Sampling* dan *Insidental Sampling* yang akan digunakan oleh peneliti pada halaman selanjutnya:

Tabel 3. 3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis Kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2	Usia	1. < 18 tahun 2. 18 – 25 Tahun 3. 26 – 30 Tahun 4. > 30 Tahun
3	Pekerjaan	1. Pelajar 2. Mahasiswa/i 3. Pegawai Negeri Sipil 4. Wirausaha 5. Pegawai Swasta 6. Lainnya
4	Penghasilan/Bulan	1. < Rp. 1.000.000 2. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 3. Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000 4. > Rp. 4.000.000
5	Frekuensi Berkunjung	1. 2 kali 2. 3 – 4 kali 3. > 4 kali

Sumber: Data diolah Peneliti, 2026

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2023:194) teknik pengumpulan data yaitu merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Menurut Sugiyono (2023:194) menyebutkan jika dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

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

a. Pengamatan (*Observasi*)

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada Fiksi Coffee di Majalengka. Menurut Sugiyono (2023:203) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara (*Interview*)

Menurut Sugiyono (2023:195) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

c. Penyebaran Angket (*Kuesioner*)

Kuesioner akan diberikan kepada pelanggan Fiksi Coffee di Majalengka.

Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Penyebaran kuesioner dapat melalui secara digital, dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden dengan cara *scan barcode* yang nantinya akan masuk ke Link Google Form yang disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan sehingga memudahkan pelanggan untuk memilih jawaban. Menurut Sugiyono (2023:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan

dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Penelitian kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal penelitian, internet, skripsi dan data perusahaan antara lain data penjualan produk perusahaan yang berkaitan dengan objek.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel yang diteliti sehingga dapat memperoleh data yang diperlukan. Menurut Sugiyono (2023:156) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Uji instrumen penelitian terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan- kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat ke konsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur derajat ketepatan antara objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2023:168), uji validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkolerasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir, kemudian dibandingkan dengan standar validasi. Peneliti menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus Sugiyono (2023:183) 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

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum x$ = Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\sum y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel y

$\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor x

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor y

Dasar pengambilan keputusan:

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

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

Menurut Sugiyono (2023:126) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 ke atas. Oleh karena itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product dan Service Solution*). Validitas suatu butir pernyataan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul item Total Statistik. Menilai valid atau tidaknya masing-masing butir pernyataan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pernyataan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan ukuran mana yang dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan ukuran mana yang harus dilakukan 2 (dua) kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2023:115) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan metode objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Untuk uji reliabilitas digunakan metode *Cronbach Alpha*, yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*. Berikut peneliti sajikan rumus-rumus

untuk pengujian reliabilitas 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 genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap perolehan dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

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 *spearman brown* menurut Sugiyono (2023:187) sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_i = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

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

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

- a. Bila Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel atau disebut konsisten.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Penggunaan metode analisis data dan uji hipotesis agar data yang sudah terkumpul dan akan diolah dapat memperoleh hasil maupun kesimpulan yang akurat dalam penelitian ini. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif, yaitu metode yang

bertujuan menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang ada, serta menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan suatu kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dari variabel penelitian dan digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk melihat sejauh mana tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan (X), kepuasan pelanggan (Y), dan loyalitas pelanggan (Z) pada Fiksi Coffe di Majalengka. Menurut Sugiyono (2023:147), 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 dengan variabel lain.

Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert menurut Sugiyono (2023:93) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap

pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pertanyaan (item positif hingga item negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang diperoleh oleh responden. Terdapat 5 kategori pembobotan dalam skala likert, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
KS (Kurang Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2023:147)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini peneliti akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat) dan pernyataan negatif dengan jawaban kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua) dan sangat tidak setuju memiliki nilai 1 (satu). Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen, independen dan intervening diatas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner. *Skala likert* digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian di jumlahkan. Setelah setiap indikator memiliki jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya peneliti gambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut.

Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Skor rata-rata} = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pernyataan} \times \sum \text{Responden}}$$

Setelah diketahui nilai rata-rata, maka hasil di masukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor selanjutnya yang dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

$$NJI \text{ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Keterangan:

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

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

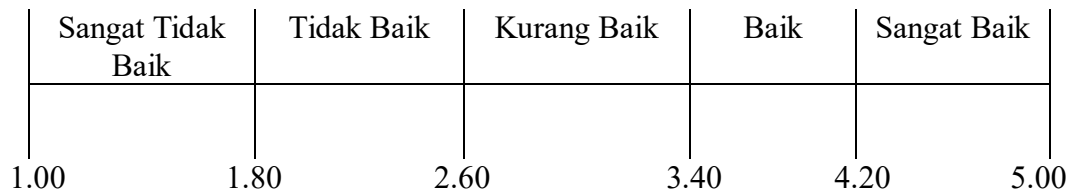
Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui kategori skala tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Skala Pengukuran

No	Skala	Kriteria	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
1	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Berkualitas	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Loyal
2	1,81 – 2,60	Tidak Baik	Tidak Berkualitas	Tidak Puas	Tidak Loyal
3	2,61 – 3,40	Kurang baik	Kurang Berkualitas	Kurang Puas	Kurang Loyal
4	3,41 – 4,20	Baik	Berkualitas	Puas	Loyal
5	4,21 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Berkualitas	Sangat Puas	Sangat Loyal

Sumber: Sugiyono (2023:148)

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



Gambar 3. 1
Garis Kontinum

Sumber: Sugiyono (2023:148)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Metode verifikatif menurut Sugiyono (2023:145), yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih verifikatif berarti menguji teori dengan penguji suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara parsial. Sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian, untuk itu penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) karena variabel independen tidak langsung mempengaruhi variabel dependen.

3.6.2.1 Method of Succesive Interval (MSI)

Metode suksesif interval (MSI) adalah metode yang mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah mengumpulkan data ordinal dari penyebaran

kuesioner, data tersebut perlu diubah menjadi skala interval, data yang diperoleh harus berskala interval. Salah satu teknik transformasi yang sederhana adalah dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). Banyak prosedur statistik, seperti regresi, korelasi Pearson, uji t, dan lainnya, memerlukan data berskala interval. Oleh karena itu, jika data yang dimiliki hanya berskala ordinal, data tersebut harus diubah menjadi interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Langkah-langkah dalam menganalisis data 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 proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scala 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 (Scala Value) = Nilai Skala

Density at lower limit = Densitas batas bawah

Density at upper limit = Densitas batas atas

Area under upper limit = Daerah di bawah batas atas

Area under lower limit = Daerah di bawah batas bawah

8. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = SV + [K]$$

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

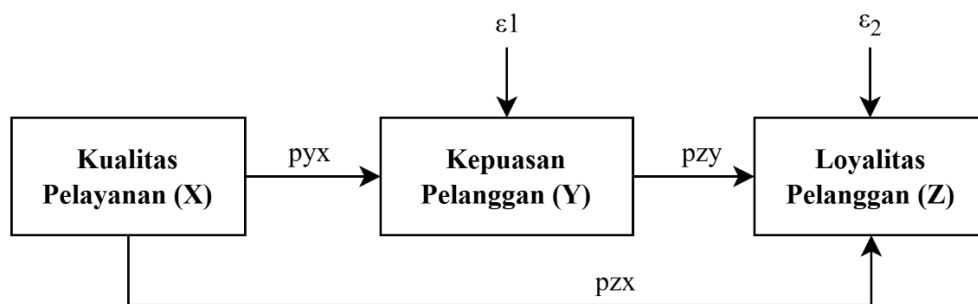
Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program SPSS *for windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval. Kemudian selanjutnya peneliti akan menjelaskan mengenai metode yang peneliti akan gunakan selanjutnya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

3.6.2.2 Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis jalur (*path analysis*), untuk mengetahui hubungan sebab akibat dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel independen dengan variabel dependen. Penulis ingin menganalisis dan memastikan apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan. Analisis jalur menurut Juanim (2020:56) analisis jalur dapat diartikan sebagai analisis statistik yang merupakan bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya.

3.6.2.2.1 Path Diagram

Penelitian ini menggunakan path diagram yang berdasarkan pada pendapat Juanim (2020:57) diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis struktur hubungan kausalitas antar variabel independen, intervening, dan dependen. Model diagram jalur dibuat berdasarkan variable-variabel yang dikaji. Dalam penelitian ini variabel yang dikaji adalah kualitas pelayanan (X), kepuasan pelanggan (Y), dan loyalitas pelanggan (Z). Berikut model analisis jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti yang peneliti sajikan pada halaman selanjutnya.



Gambar 3. 2
Model Hubungan Struktur Antara Variabel Penelitian

Sumber: Data diolah Peneliti, 2026

Diketahui :

pyx = Koefisien jalur untuk pengaruh langsung X terhadap Y

pzy = Koefisien jalur untuk pengaruh langsung Y terhadap Z

pzx = Koefisien jalur untuk pengaruh langsung X terhadap Z

ε = Pengaruh faktor lain

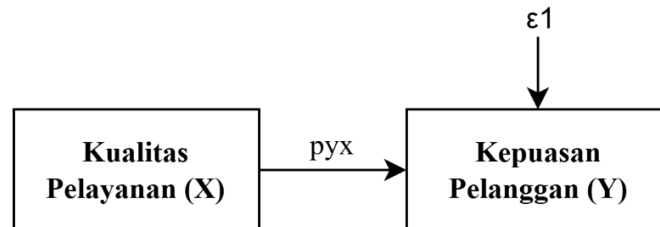
Berdasarkan gambar 3.2 menyatakan bahwa diagram jalur tersebut terdiri dari dua persamaan struktural atau substruktural di mana, X sebagai variabel eksogen dan Y dan Z sebagai variabel endogen. Menurut Juanim (2020:58). Variabel eksogen adalah variabel yang variabelitasnya diasumsikan terjadi bukan

karena penyebab-penyebab yang di dalam model, atau dengan kata lain variabel ini tidak ada yang mempengaruhi. Sedangkan variabel endogen yaitu variabel yang variasinya dijelaskan oleh eksogen ataupun variabel endogen lain dalam sistem. Diagram jalur pada Gambar 3.2 tersebut dapat diformulasikan dalam bentuk persamaan struktural sebagai berikut:

Struktur I

Analisis pertama dengan mengikuti persamaan regresi dengan model seperti yang peneliti sajikan sebagai berikut:

Persamaan struktural pertama menyatakan hubungan kasual dari X ke digambarkan sebagai berikut :



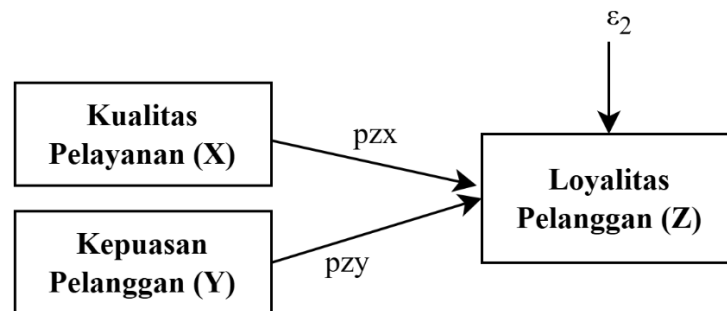
Gambar 3. 3
Diagram Jalur Sub Struktur I
 Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan gambar 3.3 diatas, selanjutnya dapat di formulasikan ke bentuk model persamaan sebagai berikut:

$$Y = \rho_{yx}X + \varepsilon_1$$

Struktur II

Persamaan jalur substruktur ini dapat digambarkan pada halaman selanjutnya:



Gambar 3. 4
Diagram Jalur Sub Struktur II

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan pada gambar 3.4 diatas, selanjutnya dapat di formulasikan ke bentuk model persamaan sebagai berikut:

$$Z = \rho_{zx}X + \rho_{zy}Y + \varepsilon_2$$

Berdasarkan diagram jalur yang telah peneliti jabarkan diatas, dapat dilihat bagaimana pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung tersebut. Pengaruh langsung adalah pengaruh yang terjadi antara satu variabel independen dan variabel dependen, di mana hubungan ini tidak dipengaruhi oleh atau tidak melalui variabel lain yang berfungsi sebagai mediator, yang biasa disebut sebagai variabel intervening. Dalam konteks penelitian, pengaruh langsung mencerminkan seberapa kuat variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara langsung.

3.6.2.2.2 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Menurut Juanim (2020:62) analisis jalur memperhitungkan pengaruh langsung dan tidak langsung, yang dapat kita lihat berdasarkan diagram jalur. Pengaruh langsung yaitu pengaruh dari satu variabel independen ke variabel

dependen tanpa melalui variabel dependen lainnya. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah situasi di mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen melalui variabel lain yang disebut variabel intervening (*Intermediary*). Pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pengaruh Langsung (*Direct effect*)

Pengaruh langsung hasil dari X terhadap Y, X terhadap Z dan dari Y terhadap Z lebih jelasnya disajikan sebagai berikut:

$$X \rightarrow Y = \rho_{yx}$$

$$X \rightarrow Z = \rho_{zx}$$

$$Y \rightarrow Z = \rho_{zy}$$

2. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) dari X terhadap Y dan dampaknya pada Z, lebih jelasnya disajikan sebagai berikut:

$$X \rightarrow Y \rightarrow Z = (\rho_{yx}) (\rho_{zy})$$

Penjelasan rumus diatas memperlihatkan bahwa hasil langsung diperoleh dari hasil analisis jalur nilai Beta, sedangkan hasil tidak langsung diperoleh dengan mengalihkan koefisien Rho (nilai Beta) yang melewati variabel antara (penghubung) dengan variabel lainnya atau dengan variabel langsungnya.

3.6.2.3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan korelasi antara variabel penelitian yaitu variabel kualitas pelayanan (X),

kepuasan pelanggan (Y), loyalitas pelanggan (Z). Korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Diketahui:

R = Koefisien regresi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah Kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

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

Mencari $JK_{regresi}$ dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Di mana:

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

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

Mencari $\sum Y^2$ menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Berdasarkan nilai koefisien korelasi yang diperoleh dapat dihubungkan dengan $-1 < R < 1$, sedangkan untuk masing-masing nilai R sebagai berikut:

1. Apabila $R=1$, maka terdapat hubungan antara variabel X, Y dan Z semua positif sempurna.
2. Apabila $R=-1$, maka terdapat hubungan antara variabel X, Y dan Z semua negatif sempurna.

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

Selanjutnya, tabel mengenai besaran koefisien korelasi yang peneliti sajikan sebagai berikut:

Tabel 3. 6
Taksiran Besaran Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Kurang Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2023:184)

3.6.3 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022:63) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Uji hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (Z) secara parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hipotesis parsial untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan nilai hitung dengan tabel. Nilai hitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficient*, hipotesis dijelaskan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

$H_0 : \rho_{yx} = 0 \rightarrow$ Artinya tidak terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

$H_a : \rho_{yx} \neq 0 \rightarrow$ Artinya terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

2. Hipotesis 2

$H_0 : \rho_{zx} = 0 \rightarrow$ Artinya tidak terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Z).

$H_a : \rho_{zx} \neq 0 \rightarrow$ Artinya terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Z).

3. Hipotesis 3

$H_0 : \rho_{yz} = 0 \rightarrow$ Artinya tidak terdapat pengaruh variabel kepuasan pelanggan (Y) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Z).

$H_a : \rho_{yz} \neq 0 \rightarrow$ Artinya terdapat pengaruh variabel kepuasan pelanggan (Y) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Z).

Untuk menguji hipotesis parsial maka dapat dilakukan pengujian yang digunakan adalah uji t dengan rumus menurut Sugiyono (2023:) Sugiyono sebagai

berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

t = Uji hipotesis parsial dengan uji t

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak.

3.6.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (KD)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengukur atau menjelaskan seberapa besar pengaruh hubungan variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (Z) yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Nilai koefisien determinasi adalah 0 (nol) dan 1 (satu). Kemudian langkah perhitungan analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan

pelanggan (Y) dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (Z). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi berganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Analisis koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi parsial:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

β = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero order = Korelasi variabel independen dengan variabel dependen

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi yaitu sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dinyatakan lemah.
- b. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dinyatakan kuat.

- c. Jika K_d mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel dependen (Y) terhadap variabel intervening (Z) dinyatakan lemah.
- d. Jika K_d mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel dependen (Y) terhadap variabel intervening (Z) dinyatakan kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2023:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner itu berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel penelitian. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan dan jawaban sudah ditentukan sebelumnya, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban pada kolom pernyataan yang sudah disediakan. Skala pengukuran yang digunakan berpedoman pada skala *Likert*.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Fiksi Coffee yang berlokasi di Jl. K.H Abdul Halim, Majalengka Kulon. Adapun waktu untuk menyelesaikan penelitian ini terhitung mulai dari bulan Februari 2026 sampai dengan bulan September 2026.