

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut sugiyono (2016) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivme*, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tentukan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan ojek penelitian ataupun hasil penelitian. Deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang di teliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya (Sugiyono, 2016).

#### B. Indefikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di Tarik kesimpulannya (Sugiono, 2017 p. 15). Berdasarkan telaah pustaka dan perumusan hipotesis maka variabel – variabel dalam penelitian ini adalah:

### 1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah Kualitas Produk ( $X_1$ ), Citra Merek ( $X_2$ ), dan Lokasi ( $X_3$ ).

### 2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel dependen merupakan variabel yang di pengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (independen). Variabel dependen penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen di café Lelucky kopi di Surabaya.

### C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus di amati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaannya. Adapun definisi operasioanal serta indikator dalam penelitian ini dapat dilihat pada table 3.1 sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Variabel Operasional**

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan
1.	Kualitas Produk ( $X_1$ )	1. <i>Performance</i> (kinerja) merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti ( <i>core product</i> ) yang dibeli.	1. Rasa dari menu yang ditawarkan sangat enak dan tersedia dengan berbagai macam pilihan untuk memenuhi kalangan anak hingga dewasa.
		2. <i>Features</i> (fitur atau ciri-ciri tambahan) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.	2. Adanya bahan pelengkap seperti pada ayam geprek terdapat ayam, sambal, dan mentimun.
		3. <i>Reliability</i> (reliabilitas) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.	3. Cita rasa makanan dan minuman sesuai dengan cita rasa orang Indonesia.
		4. <i>Confermance to Specifications</i> (kesesuaian)	4. Standar yang telah ditetapkan

		dengan spesifikasi) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.	oleh produsen sudah sesuai.
		5. <i>Durability</i> (daya tahan) yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.	5. Makanan dan minuman yang ditawarkan oleh <i>Coffee LeLucky Kopi</i> selalu dalam kondisi segar dan higienis.
		6. <i>Service Ability</i> (kemampuan melayani) meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi serta penanganan keluhan secara memuaskan.	6. Kemudahan dalam mendapatkan fasilitas seperti bahan tambahan seperti alat makan dan minum, tersedianya tisu dengan mudah.
		7. <i>Esthetics</i> (estetika) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.	7. Estetika produk yang ditawarkan dapat menarik minat pelanggan <i>Coffee LeLucky Kopi</i> .
		8. <i>Perceived Quality</i> (kualitas yang dipersepsikan) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.	8. Kualitas menu yang ditawarkan <i>Coffee LeLucky Kopi</i> cocok dengan selera konsumen.
2.	Citra Merek ( $X_2$ )	1. Kekuatan asosiasi merek ( <i>strength of brand association</i> ) Tergantung pada bagaimana informasi masuk ke dalam ingatan konsumen dan bagaimana informasi tersebut bertahan sebagai bagian dari <i>brand image</i> .	1. Merek produk <i>Cafe LeLucky Kopi</i> dapat dikenal.
		2. Keuntungan asosiasi merek ( <i>favourability of brand association</i> ) Kesuksesan sebuah proses pemasaran sering tergantung pada proses terciptanya asosiasi merek yang menguntungkan, dimana konsumen dapat percaya pada atribut yang diberikan mereka dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.	2. Merek produk <i>Cafe LeLucky Kopi</i> dapat di percaya dibandingkan <i>Cafe</i> lain.
		3. Keunikan asosiasi merek ( <i>uniqueness of brand association</i> ) Suatu merek	3. <i>Cafe LeLucky Kopi</i> mengeluarkan merek produk

		<p>harus memiliki keunggulan bersaing yang menjadi alasan bagi konsumen untuk memilih merek tertentu. Keunikan asosiasi merek dapat berdasarkan atribut produk, fungsi produk atau citra yang dinikmati konsumen.</p>	<p>yang menarik.</p>
3.	Lokasi ( $X_3$ )	<p>1. Akses, misalnya lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.</p>	<p>1. Lokasi yang dilalui menuju Cafe LeLucky Kopi bersih</p>
		<p>2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.</p>	<p>2. Lokasi Cafe LeLucky Kopi mudah diakses dengan kendaraan roda 2 maupun roda 4</p>
		<p>3. Lalu lintas (<i>traffic</i>)</p>	<p>1. Sarana transportasi seperti angkutan umum atau ojek dari dan menuju lokasi Cafe LeLucky Kopi mudah didapat</p>
		<p>4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.</p>	<p>2. Petunjuk jalan menuju Cafe LeLucky Kopi jelas</p>
		<p>5. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan dikemudian hari.</p>	<p>3. Lahan parkir yang memadai disediakan oleh Cafe LeLucky Kopi</p>
		<p>6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan.</p>	<p>4. Terjaminnya keamanan tempat parkir Cafe LeLucky Kopi</p>
		<p>7. Persaingan (lokasi pesaing), dalam menentukan lokasi perlu pertimbangan apakah di jalan atau daerah tersebut terdapat pesaing.</p>	<p>5. Pada lokasi Cafe LeLucky Kopi terdapat Cafe lain</p>
		<p>8. Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk atau tempat ibadah.</p>	<p>6. Cafe LeLucky Kopi menerapkan jaga jarak dan menyediakan <i>Hand Sanitizer</i></p>
4.	Kepuasan Konsumen (Y)	<p>1. Terpenuhi harapan konsumen. Konsumen merasakan kepuasan akan terpenuhi keinginan dan kebutuhan dari suatu produkbarang atau jasa.</p>	<p>1. Konsumen merasa puas dengan produk pada Cafe LeLucky Kopi</p>

		<p>2. Sikap atau keinginan menggunakan produk. Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari, ini berarti bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain atau terpapar oleh iklan di media social, internet dan berbagai bentuk pemasaran langsung.</p>	<p>2. Kualitas produk yang dihasilkan oleh Cafe LeLucky Kopi memuaskan.</p>
		<p>3. Merekomendasikan kepada pihak lain. Konsumen akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang diperoleh dari suatu kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.</p>	<p>3. Merekomendasikan Cafe LeLucky Kopi sebagai tempat yang akan dikunjungi</p>
		<p>4. Kualitas layanan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan menyampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen.</p>	<p>4. Pelayanan Cafe LeLucky Kopi sangat ramah dan sopan</p>
		<p>5. Loyal. Konsumen memiliki berbagai alasan untuk tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi.</p>	<p>5. Produk Cafe LeLucky Kopi lebih baik dan tahan lama daripada Cafe lain</p>
		<p>6. Reputasi yang baik. Bagi perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merek (<i>brand image</i>), citra perusahaan (<i>company image</i>), reputasi merek (<i>brand reputation</i>), nama yang terbaik (<i>the best name</i>), pelayanan prima (<i>service excelent</i>), dan semua yang</p>	<p>6. Makanan dan minuman yang disediakan Cofe LeLucky Kopi sesuai selera.</p>

		berhubungan dengan kepuasan konsumen mendapatkan prioritas.	
		7. Lokasi. Yang dimaksud lokasi adalah tempat dimana perusahaan memperjual belikan produknya yang ditawarkan kepada konsumen.	7. Tempat Cafe LeLucky Kopi terasa nyaman

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua cara untuk mengumpulkan data yang akan diperlukan untuk melakukan analisis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

##### 1. Pengumpulan Data Primer

Menurut Sugiyono (2016) data primer adalah sebuah data yang langsung di dapatkan dari sumber dan di beri kepada pengumpul data atau peneliti. Data ini di peroleh melalui studi lapangan dengan menyebarkan kuesioner yang akan di isi oleh responden pada seluruh kpnsumen di café Lelucky Kopi di Surabaya.

##### 2. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder di peroleh melalui penelitian dari dokumen, internet, jurnal, dan studi kepuastakaan.

#### E. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiono, 2017:80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang

berkunjung ke cafe Lelucky Kopi di Surabaya yang pernah melakukan pembelian baik minuman atau makanan.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan di ambil dengan cara tertentu untuk di ukur dan di amati karakteristiknya, kemudian di Tarik kesimpulan mengenai karakteristik tersebut dianggap mewakili populasi (Silaen, 2018 p. 87).

Karena populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak di ketahui, maka tingginya angka jumlah transaksi harian yang ada pada café Lelucky Kopi yang setiap harinya mencapai ratusan sehingga tidak di ketahui secara pasti berapa jumlah transaksi, sehingga besar sampel yang di gunakan di hitung dengan rumus Rao Purba sebagai berikut:

$$N = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

N :ukuran sampel

Z :score pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z =1,96

Moe :*Margin Of Error*, tingkat kesalahan maksimum 10%

Hasil perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan rumus di atas adalah:

$$N = \frac{1,96^2}{4(10\%)^2} \Rightarrow N = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan di atas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 96 orang, hal ini dilakukan agar mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang baik.

teknik pengambilan data sampel ini menggunakan teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Alasan menggunakan *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan penelitian kuantitatif atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi.

#### **F. Teknik Pengelola Data**

Teknik pengolahan data dalam suatu penelitian adalah langkah berikutnya setelah pengumpulan data di lakukan. Teknik pengolahan data merupakan proses atau cara yang di gunakan untuk mengolah data untuk memperoleh informasi.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda dan pengolahan data yang di lakukan penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*).

#### **G. Uji Instrumen**

##### **1. Uji Validitas Data**

penelitian ini mengukur kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang di susunya harus mengukur apa yang ingin di ukurnya.

Dalam pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel berdasarkan uji signifikansi 0,05 (valid)
2. Jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel berdasarkan uji signifikansi 0,05 (tidak valid)

## 2. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur data di percaya atau dapat di andalkan. SPSS merupakan alat yang memiliki fungsi untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Crombach Alpa* ( $\alpha$ ). nilai *Alpa Cronbach's* dikatakan dapat di terima apabila:

1. Hasil koefisien alpa  $>$  tariff signifikan 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
2. Hasil koefisien alpa  $<$  tariff signifikan 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

## H. Metode Analisis Data

Hasil data penelitian yang di kumpulkan maka selanjutnya akan diolah dan disajikan sebagai berikut:

### 1. Uji Asumsi Klasik

Adapun kriteria persyaratan asumsi klasik yang harus di penuhi yaitu sebagai berikut:

#### a. Uji Normalitas

Cara mendeteksi normalitas data, yaitu dengan cara melihat penyebaran data dari sumbu diagonal dari grafik. Dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- 2) Jika data menyebar dari jauh garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas artinya varian semua variabel adalah konstan (sama). Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi tidak sama *variance* dari residu satu pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residu satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residunya (SRESID). Dasar analisis sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model

regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkolerasi, maka variabel – variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai kolerasi antara sesama variabel independen sama dengan nol. Nilai cutoff yang umum di pakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance*  $< 0.01$  atau sama dengan nilai *VIF*  $> 10$ . Setiap penilaian harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat di tolerir. Sebagaimana misal nilai *tolerance* = 0.10 sama dengan tingkat kolonieritas. 0.95.

a. Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi yaitu sebuah uji autokolerasi yang baik terbebas autokolerasi. Indifikasinnya adalah autokolerasi dalam model regresi pada penelitian dilakukan dengan melakukan pengujian dengan pada nilai uji *Durbin-Watson* dengan ketentuan sebagai berikut:

1.  $1.65 < DW < 2,35$  artinya tidak ada pengaruh.
2.  $1,21 < DW < 1,65$  atau  $2,35 < DW < 2,79$  artinya tidak dapat di simpulkan.
3.  $DW < 1,21$  atau  $DW > 2,79$  artinya auto kolerasi.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah bertujuan untuk menentukan hubungan linier antara beberapa variabel bebas yang biasa disebut  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan seterusnya dengan variabel terikat yang di sebut  $Y$ . hubungan fungsional antara variabel bebas di sebut sebagai berikut:

Persamaan umum:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Persamaan khusus:

$$KK = a + b_1 KPI + b_2 CM_2 + b_3 LO_3 + e$$

Dinamakan:

KK = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = Koefisien Regresi

KP = Kualitas Produk

CM = Citra Merek

LO = Lokasi

e = Kesalahan Pengganggu (standart eror)

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. untuk pengujian ini dapat dilakukan dengan nilai signifikansi:

- 1) Jika nilai signifikan  $t > 0,05$  maka secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen ( $H_0$  di terima).
- 2) Jika nilai signifikan  $t \leq 0,05$  maka secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen ( $H_0$  di tolak).

#### b. Uji Simultan (Uji f)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi dari seluruh variabel bebas secara bersama – sama atau secara simultan terhadap variabel terikat. Pengambilan kesimpulan  $H_0$  diterima atau di tolak ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Tingkat sig  $F < \alpha = 0,05$  maka variabel independen secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ( $H_0$  di terima).
- 2) Tingkat  $F > \alpha = 0,05$  maka variabel independen secara bersama – sama tidak berpengaruh terhadap variabel independen ( $H_0$  di tolak).

c. Uji R Square

Ujian ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi -variabel terikat. Nilai  $R^2$  bernilai antara nol sampai dengan satu  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ), dimana semakin tinggi nilai  $R^2$  suatu regresi atau semakin mendekati 1, maka hasil regresi tersebut akan semakin baik. Hal ini berarti variabel–variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan untuk memprediksi variabel terikat.