

BAB III. METODOLOGI

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Yabie Kopi di Jl. Tuamang No.2A, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara 20222. Penelitian ini dimulai pada tahun awal 2020 sampai dengan selesai.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017: 80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka dalam hal ini populasi yang akan diteliti adalah total pelanggan Yabie Kopi.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:81). Untuk itu sampel yang diambil dari populasi betul-betul *representatif* (mewakili).

Jenis teknik sampel yang digunakanya itu *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85), *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Karakteristik anggota sampel pada penelitian ini, yaitu:

1. Responden berusia 18 tahun ke atas.
2. Responden yang pernah melakukan transaksi di Yabie Kopi.

Sampel diambil dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu :

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

Keterangan:

n = besaran sampel

N = besaran populasi

E = standar error (10%)

sehingga jumlah sampel menjadi:

$$n = \frac{20.787}{1 + 20.787 \times 0,1^2} = 99,52 = 100$$

Maka, dengan populasi sebanyak 20.787 orang dan dengan *standar error* 10% maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sebanyak 99,52 yang dibulatkan menjadi 100 orang.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab agar dapat memperoleh data-data yang objektif (Sugiyono, 2017:137).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk kuesioner yang diteliti menggunakan skala *likert* dengan lima alternatif jawaban yaitu:

Tabel 3. 1 Skala Likert

No	Skala Likert	Simbol	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Menurut Sugiyono (2017:8) adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikarenakan data yang akan diolah merupakan data *rasio* dan yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yang menjadi bahan subjek data yang di gunakan yaitu:

1. Data Primer

Jenis data yang digunkan dalam penelitian skripsi ini iyalah menggunakan data primer, yang mana data primer ini merupakan data data yang di peroleh dan di kumpulkan langsung dari responden yang menjadi target penelitian. Data ini di dapatkan melalui meyebarkan kuesioner pada target atau sampel penelitian. Data primer dalam penelitian ini iyalah pelanggan yang pernah berkunjung di Yabie Kafe.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Pada

penelitian ini peneliti menggunakan variabel yang dibagi menjadi variabel independen dan variabel dependen, yaitu:

a. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas atau independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat atau dependen (Sugiyono, 2017). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu:

- a. *Tangible* (X1)
- b. *Reliability* (X2)
- c. *Responsiveness* (X3)
- d. *Empathy* (X4)
- e. *Assurance* (X5)

b. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat atau dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas atau independen (Sugiyono, 2017:39). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

3.6 Defenisi Variabel Operasional

3.1 Tabel Variabel Oporasional dan indikator

Variabel	Dimensi	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (X) Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985)	<i>Tangible</i> (X ₁)	<i>Tangible</i> (bukti fisik) adalah segala fasilitas fisik yang dimiliki oleh Café Yabie Kopi dalam mendukung layanan kepada pelanggan.	Properti Café seperti meja, kursi dan interior di Café Yabie Kopi tersusun tertata dengan indah dan rapi.	<i>Likert</i>
			Tempat parkir luas yang ada di Café Yabie Kopi.	<i>Likert</i>
			Café Yabie Kopi memiliki ruang ibadah dan toilet yang terjaga kebersihannya.	<i>Likert</i>
			Menu makanan dan minuman lengkap dan menarik di Café Yabie Kopi.	<i>Likert</i>
	<i>Reliability</i> (X ₂)	<i>Reliability</i> (keandalan) adalah kemampuan karyawan Yabie Kopi memberikan layanan sesuai yang dijanjikan.	Karyawan Cafe Yabie Kopi memberikan layanan sesuai yang dijanjikan.	<i>Likert</i>
			Karyawan Café Yabie Kopi memberikan semua	<i>Likert</i>

			informasi dengan tepat dan akurat.	
			Karyawan Café Yabie Kopi siap dan tangggap dalam menangani masalah layanan.	<i>Likert</i>
			Karyawan Cafe Yabie Kopi memberikan layanan pada waktu yang dijanjikan.	<i>Likert</i>
<i>Responsiveness</i> (X ₃)	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap) adalah upaya dari karyawan Yabie Kopi dalam memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan.		Karyawan Café Yabie Kopi selalu bersedia membantu pelanggan.	<i>Likert</i>
			Karyawan Café Yabie Kopi tanggap terhadap pesan yang disampaikan pelanggan.	<i>Likert</i>
			Karyawan Café Yabie Kopi mengantar pesanan dengan cepat.	<i>Likert</i>
			Karyawan Cafe Yabie Kopi cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan.	<i>Likert</i>
<i>Assurance</i> (X ₄)	<i>Assurance</i> (jaminan) adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai Cafe Yabie Kopi untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.		Karyawan Cafe Yabie Kopi memberikan rasa nyaman kepada pelanggan.	<i>Likert</i>
			Keakuratan transaksi (tidak terdapat kekeliruan ketika proses pembayaran).	<i>Likert</i>
			Karyawan Cafe Yabie Kopi dalam memberikan pelayanan dilakukan secara sopan	<i>Likert</i>
			Karyawan Cafe Yabie Kopi mampu menjawab pertanyaan pelanggan tentang aspek yang dimiliki.	<i>Likert</i>
<i>Empathy</i> (X ₅)	<i>Empathy</i> (empati) adalah kemampuan Cafe Yabie Kopi dalam memberikan		Karyawan Cafe Yabie Kopi peduli ketika pelanggan membutuhkan.	<i>Likert</i>

		perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan	Karyawan Café Yabie Kopi memberikan perhatian individu kepada pelanggan.	<i>Likert</i>
			Karyawan Cafe Yabie Kopi memahami apa yang dibutuhkan pelanggan	<i>Likert</i>
			Karyawan Café Yabie Kopi berempati atas semua keluhan pelanggan.	<i>Likert</i>
Kepuasan Pelanggan (Y) Kotler dan Keller (2013)	Kualitas Produk	Kualitas produk adalah nilai-nilai yang mampu memberikan perbedaan yang lebih baik dan membuat ketertarikan terhadap pelanggan	Pelanggan mendapatkan kepuasan saat mengkonsumsi produk	<i>Likert</i>
			Produk yang bervariasi dan inovatif	<i>Likert</i>
	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan mampu memenuhi harapan pelanggan	Karyawan berpenampilan rapi dan bersih dan mampu memberikan kenyamanan pelanggan	<i>Likert</i>
			Karyawan ramah dan siap segera dalam melayani setiap kebutuhan pelanggan	<i>Likert</i>
	<i>Emosional factor</i>	<i>Emosional factor</i> adalah sebuah bentuk ungkapan perasaan dalam situasi tertentu	Pelanggan merasa bangga menggunakan produk	<i>Likert</i>
			Pelanggan merasakan nyaman dan senang menggunakan produk	<i>Likert</i>
	Harga	Harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa	Harga yang di berikan sesuai dengan kualitas	<i>Likert</i>
			Harga dapat di jangkau oleh setiap kalangan	<i>Likert</i>
	Kemudahan	Kemudahan dalam hal ini adalah	Biaya terjangkau dalam mengakses	<i>Likert</i>

		meminimalisir pengeluaran yang dikeluarkan seseorang dalam mencapai kebutuhan pengunjung	tempat dan produk. Tidak mengeluarkan biaya tambahan dalam melakukan kunjungan/pembelian	Likert
--	--	--	---	--------

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya (Sanusi, 2016). Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang timbulnya dalam penelitian ini. Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan analisis statistik yang menggunakan *Software SPSS (Statistical Package for Sosial Science)* 25.

3.8 Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:52) validitas digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat dapat mengukur apa yang hendak kita ukur, dan suatu kuesioner dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat nilai korelasi (r hitung) pada *pearson product moment*. Dalam melakukan pengujian validitas digunakan alat bantu berupa program computer yaitu *SPSS for Windows*. Menurut Sugiyono (2017:125), bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan $>0,3$ maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya $<0,3$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130), menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Formula yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Dalam melakukan perhitungan *Alpha*, digunakan alat bantu program komputer yaitu *SPSS for Windows*. Apabila korelasi 0,7 atau lebih maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup tinggi, namun sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel.

3.9 Metode Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik agar memperoleh hasil regresi yang bisa dipertanggungjawabkan dan mempunyai hasil yang tidak biasa. Uji asumsi klasik diantaranya yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali 2016:154). Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal dengan analisis grafik normal *probability plot* dengan kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2016:155): Data dikatakan berdistribusi normal apabila data yang berupa titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Data dikatakan tidak berdistribusi normal apabila data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti garis diagonal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali 2016:103). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji ini dilakukan dengan melihat *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factors* (VIF). Model regresi dikatakan bebas multikolinieritas apabila nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:134). Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji glejser. Dalam pengujian glejser menggunakan koefisien signifikansi profitabilitas pada tingkat ketelitian 0,05, jika lebih besar dari sama dengan 0,05 maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

4. Uji Linieritas

Uji linieritas di gunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah ada variable mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Uji ini di gunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi Pearson atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test for Linierity pada taraf signifikansi 0,05 (Purnomo, 2016, 94 – 95).

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi *linier* berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi). Analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah dari variabel independennya minimal dua.

Menurut Sugiyono (2017: 275) bentuk persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Standar koefisien regresi dari variabel *tangible*

X_1 = *Tangible*

b_2 = Standar koefisien regresi dari variabel *reliability*

X_2 = *Reliability*

b_3 = Standar koefisien regresi dari variabel *responsiveness*

X_3 = *Responsiveness*

b_{34} = Standar koefisien regresi dari variabel *assurance*

X_4 = *Assurance*

B_5 = Standar koefisien regresi dari variabel *empathy*

X_5 = *Empathy*

e = *Error terms*

3.10 Pengujian Hipotesis

Metode yang di gunakan dalam pengujian hipotesis lanjutan ini, yaitu:

1. Uji t

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t ini untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018: 98 - 99). Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis (Sugiyono, 2017: 288) adalah:

- a. Jika t hitung > t tabel pada $\alpha = 5\%$ atau P value (sig) < α maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berpengaruh)
- b. Jika t hitung < t tabel pada $\alpha = 5\%$ atau P value (sig) > α maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak berpengaruh).

2. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2018:98). Adapun kriteria uji F (Sugiyono, 2017: 284) adalah:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau $P\ Value (sig) < \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berpengaruh).
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau $P\ Value (sig) > \alpha$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak berpengaruh).

3. Uji Determinan (R^2)

Menurut Ghazali (2016:95) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan mengenai model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika R^2 semakin besar dan mendekati angka satu maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas yang diteliti memiliki persentase pengaruh yang besar terhadap variabel terikat.

BAB IV. DESAIN DAN SISTEM

4.1. Keadaan Umum Obyek Penelitian

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Yabie Café adalah sebuah perusahaan manufaktur yang berjenis *Coffee Shop* yang berdiri sejak tanggal 02 Februari 2019 sampai dengan saat ini, Yabie Kopidi dirikan oleh Muhammad Tomi Suharto selaku pemilik dari. Yabie Café beralamat di jalan Tuamang No.2A, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara 20222.

Pada tahun 2016 Yabie Café pernah berdiri di jalan Jl. Perhubungan Kec. Percut Sei Tuan Kab. Deli Serdang tetapi dengan merek (*Brand*) yang bernama Sajaa Kopi manufaktur ini bergerak di bidang yang sama yaitu *Coffee Shop* pada saat 2016- 2017 penjualan Sajaa Kopi masih setabil dan sering memenuhi target, namun pada saat 2019 penualan menurun karena pemerosotan penjualan di akibatkan virus covid-19 yang mengakibatkan masyarakat harus berdiam diri di rumah dan dilarang bersosialisasi sesuai dengan aturan yang di tetapkan pemerintah.

Selain dari pengaruh covid-19 penurunan penjualan juga di akibatkan karena Sajaa Kopi memiliki manajemen yang buruk dan disekeliling lokasi Saja Kopi banyak usaha dagang yang beralih usaha menjadi berdagang ikan dan sayur karna di Jl. Perhubungan sekarang menjadi sektor bahan primer seperti iakn dan sayur, sehingga mengurangi minat untuk berkunjung dan membeli di Sajaa Kopi.

Dengan itu bapak Muhammad Tomi Suharto selaku pemilik usaha merebranding Sajaa Kopi menjadi Yabie Cafe, dan beralih lokasi ke Jl. Tuamang No.2A. Pemilik usaha melihat potensi pasar dan segmentasi yang tepat dengan lokasi yang strategis dan memiliki basis target pasar yang luas.



Gambar 4 1 Logo Yabie Kopi

Sumber: Café Yabie Kopi

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

- 1) Visi
Menjadikan Yabie Café sebagai gaya hidup (*life style*) dan kebiasaan (*habit*) dalam ngopi dan bersantai.
- 2) Misi
 - a. Menyediakan Kopi dan makanan yang berkualitas
 - b. Menyediakan tempat yang nyaman untuk berkumpul dan bersantai
 - c. Menempatkan pelanggan sebagai prioritas utama
 - d. Meberikan layanan yang prima dan unggul dalam penyajian
 - e. Motivasi karyawan dalam meraih mimpi
 - f. Berinovasi dalam jenis produk, layanan, suasana café, dan pemasaran.

4.1.3 Profil Café Yabie Kopi



Gambar 4 2 Café Yabie Kopi

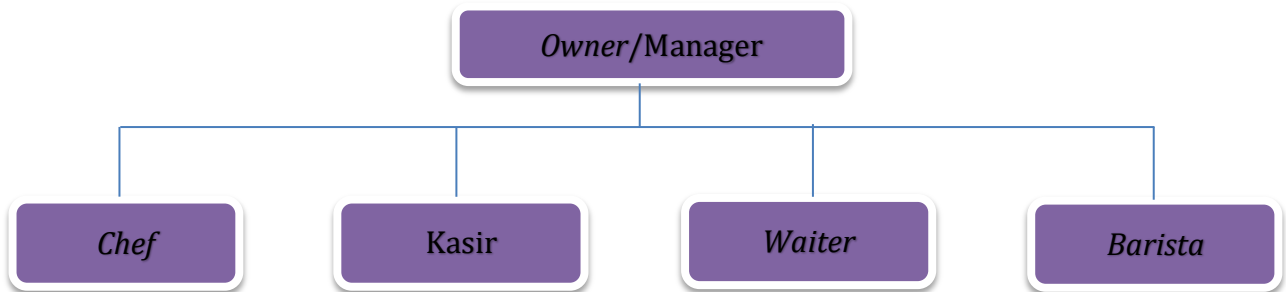
Sumber: Lokasi Café Yabie Kopi

Berikut profil dari Yabie Kopi

Nama Usaha	: Yabie Café
Klasifikasi	: Perusahaan Manufaktur
Nama Pemilik	: Muhammad Tomi Suharto
Tahun Berdiri	: 2 Februari 2019
Alamat	: JL. Tuamang No.2A, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara 20222
Bidang Usaha	: Menjual produk makanan, minuman dan layanan

4.1.4 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi pada Yabie Kopi adalah sebagai berikut:



Gambar 4 3 Struktur Organisasi Cafe Yabie Kopi

Sumber: Lokasi Café Yabie Kopi

Keterangan:

- a) *Owner/Manager* bereperan sebagai pemimpin dan orang yang menghandle berjalannya usaha dan orang yang berperan dalam mengambil keputusan dan setrategi bisnis.
- b) *Chef* berperan sebagai orang yang tugasnya membuat resep, menentukan dan menakar bahan-bahan masakan, memasak, juga menyajikan suatu hidangan sesuai dengan pesanan pelanggan.
- c) *Kasir* berperan sebagai penerima pembayaran dan pengembalian pelanggan.
- d) *Waiter* berperan sebagai orang yang berusaha memberikan pelayanan kepada tamu sehingga membuat mereka dapat merasakan kenyamanan dan penyambutan secara ramah, mengambil pesanan yang mereka pesan, menyajikan makanan, membersihkan lingkungan restaurant dan menata kembali meja yang akan digunakan oleh tamu berikutnya.
- e) *Barista* berperan sebagai seseorang yang bekerja, membuat, menyiapkan dan menyajikan kopi dan segala jenis menu minuman.