BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Adapun ciri-ciri metode deskriptif memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang dan masalah-masalah yang aktual (Sugiyono, 2016: 16). Data yang dikumpulkan disusun, diolah, dijelaskan, dan kemudian di analisis. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan komputerisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service scape*, *reliability* dan *responsiveness* pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

B. Objek dan Lingkungan Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah *service scape* dan keandalan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Kegiatan penelitian ini dilakukan di Bejo's Cafe Kota Metro, yang akan menganalisis pengaruh *service scape*, *reliability* dan *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen sehingga dalam pengambilan datanya tidak membuat perlakuan khusus, tetapi peneliti melakukan pengumpulan data tentang *service scape*, *reliability* dan *responsiveness* pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

C. Definisi Operasional Variabel

1. *Service scape* (X_1)

a. Definisi Konseptual

Merupakan iklim dan komponen aktual yang memengaruhi perilaku pembeli dan membentuk pertemuan (wawasan) pelanggan dalam produk dan administrasi yang mudah terbakar.

b. Definisi operasional:

Merupakan iklim dan komponen aktual yang memengaruhi perilaku pembeli dan membentuk pertemuan (wawasan) pelanggan dalam produk dan administrasi yang mudah terbakar yang meliputi: penataan ruang, desain interior/dekorasi ruangan dan kebersihan tempat yang diukur

melalui penyebaran kuisisioner dengan skala likert yang diberikan kepada konsumen yang ada di Bejo's Cafe Kota Metro.

2. *Reliability* Pelayanan (X_2)

a. Definisi Konseptual

Keandalan Kualitas administrasi yang tak tergoyahkan adalah kemampuan untuk menawarkan dukungan yang dijamin dengan tepat, dapat diandalkan, baik dan ramah, tepat dan tepat dan sesuai jadwal.

b. Definisi operasional:

Keandalan administrasi yang tak tergoyahkan adalah kemampuan untuk menawarkan dukungan yang dijamin dengan tepat, dapat diandalkan, baik dan ramah, tepat dan tepat dan sesuai jadwal yang diukur melalui penyebaran kuisisioner dengan skala likert yang diberikan kepada konsumen yang ada di Bejo's Cafe Kota Metro.

3. *Responsiveness* Pelayanan (X_2)

a. Definisi Konseptual

Responsivitas pelayanan merupakan keinginan atau kesediaan pegawai untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dengan pemberian informasi yang jelas.

b. Definisi operasional:

Responsivitas pelayanan merupakan keinginan atau kesediaan pegawai untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dengan pemberian informasi yang jelas meliputi kesigapan dalam menangani keluhan, tanggap terhadap saran dan mau mendengarkan keluhan pelanggan yang diukur melalui penyebaran kuisisioner dengan skala likert yang diberikan kepada konsumen yang ada di Bejo's Cafe Kota Metro.

4. Kepuasan Konsumen (X_3)

a. Definisi Konseptual:

Kepuasan adalah kesesuaian rasa antara harapan awal pelanggan sebelum melakukan pembelian produk dengan pelayanan yang didapat pada saat menikmati layanan.

b. Definisi operasional:

Pemenuhan adalah perasaan kesamaan antara asumsi dasar klien sebelum melakukan pembelian barang dengan bantuan yang didapat pada jam pertukaran yang menggabungkan kesesuaian asumsi dengan

kenyataan yang mendorong kecenderungan kunjungan, tanggung jawab dan memberikan saran yang baik untuk barang atau rekan spesialis. operasi yang diukur dengan melalui penyebaran kuisisioner dengan skala likert yang diberikan kepada konsumen yang ada di Bejo's Cafe Kota Metro.

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah "wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti" (Sugiyono, 2010: 117).. Populasi yang dimaksud adalah konsumen yang ada di Bejo's Cafe Kota Metro yang jumlah belum diketahui secara pasti sampai dengan dilakukan penelitian.

2. Sampel dan teknik Sampling

Sampel penting menentukan jumlah yang dipindahkan dari populasi. Jika populasinya sangat besar, dan spesialis sehingga tidak dapat memeriksa semua yang ada di populasi, misalnya karena keterbatasan sumber daya, tenaga dan waktu. Apa yang direnungkan dan contohnya, ujung-ujungnya akan relevan dengan rakyat. Oleh karena itu, keteladanan yang diambil dan masyarakat harus benar-benar didelegasikan. (Sugiyono, 2015: 81). Penarikan sampel menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

N : jumlah sampel

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

Moe : Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2} = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2} = \frac{3.8416}{0,04} = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 96 \text{ responden}$$

D. Tehnik Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang akan diteliti. Data primer dari penelitian ini berasal dari kuesioner yang diisi oleh konsumen. Penyebaran kuisisioner ini dilakukan terhadap konsumen yang dilakukan selama jam buka di Bejo's Cafe Kota Metro.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari pihak Bejo's Cafe Kota Metro mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian. Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pimpinan bagian Kredit Umum Bejo's Cafe Kota Metro untuk mendapatkan informasi mengenai data-data penunjang penelitian, seperti data konsumen serta gambaran umum Bejo's Cafe Kota Metro.

E. Instrumen Penelitian

Peneliti membagikan kuesioner kepada konsumen menggunakan pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data dari responden dalam objek penelitian dengan alternatif-alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti.

Tabel 2. Nilai dan Kategori Jawaban Kuisisioner

Jawaban	Kategori	Nilai	
		Positif	Negatif
a	Sangat Setuju (SS)	5	1
b	Setuju (S)	4	2
c	Ragu-ragu (RR)	3	3
d	Tidak setuju (TS)	2	4
e	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Tabel 3. Kisi-kisi Kuisisioner

No	Variabel	Indikator	No. Soal
1.	<i>Service scape</i>	a. penataan ruang, b. desain interior/dekorasi c. ruangan dan kebersihan tempat	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 8,9,10,11,12,13, 14 15,16,17,18,19,20
2.	<i>Reliability</i>	a. Kemampuan yang dapat dipercaya b. baik dan ramah c. ketepatan dan benar d. tepat waktu	1, 2, 3, 4, 5 6,7, 8, 9, 10 11,12, 13,14,15 16,17,18,19,20
3.	<i>Responsiveness</i>	a. tanggap merespon	1, 2, 3, 4

No	Variabel	Indikator	No. Soal
		keluhan, b. memberikan pelayanan yang cepat dan tepat c. penyampaian informasi yang jelas d. tanggap terhadap saran e. mendengarkan keluhan	5, 6,7, 8 9, 10, 11,12 13,14,15,16 17, 18, 19, 20
4.	Kepuasan konsumen	a. preferensi kunjungan, b. komitmen dan c. rekomendasi positif	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 8,9,10,11,12,13, 14 15,16,17,18,19,20

F. Teknik Analisa Data

A. Teknik Analisa Data

1. Uji Persyaratan Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*.

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

r_{xy} = korelasi product moment

n = jumlah sampel

x = skor pertanyaan

y = skor total

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan adalah *rumus Cronbach Alpha Coefficient*.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas instrument/ koefisien reliabilitas

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

B. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{f_0 - fh}{fh}$$

Dengan:

O_i : frekuensi observasi pada kelas atau interval i.

E_i : frekuensi yang diharapkan pada kelas i didasarkan pada distribusi hipotesis, yaitu distribusi normal.

2. Uji Linieritas

Uji linearitas bermaksud untuk memutuskan apakah dua faktor mempunyai hubungan yang lurus atau tidak secara fundamental. Tes ini biasanya digunakan sebagai penting dalam investigasi hubungan atau kekambuhan langsung.

3. Uji Homogenitas

Rumus Pengujian Uji Homogenitas dengan standar deviasi Variabel X dan Y, dengan rumus : :

$$S_X^2 = \sqrt{\frac{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad S_Y^2 = \sqrt{\frac{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}{n(n-1)}}$$

C. Model Analisis

1. Analisis Regresi Linier

Persamaan umum regresi linier berganda adalah:

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

(Sugiyono, 2016: 192)

1. Uji t

Uji t dilaksanakan untuk mengetahui variabel x berpengaruh terhadap variabel dependent Y. uji t menguji signifikan pengaruh variabel bebas (x) secara parsial terhadap variabel terkait (Y) yang dapat dihitung:

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{S\beta_1}$$

Ket:

β : Koefisien regresi

$S\beta_1$: Simpanan baku $S\beta_1$

2. Uji F

Uji F membuktikan apakah terdapat minimal satu variabel Y:

$$R_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{1-R^2}{n-k-1}}$$

Keterangan:

K : Banyaknya variabel bebas

N : jumlah sampel

R^2 : koefisien determinasi

3. R^2 Determinasi

Uji R menggunakan rumus:

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

G. Hipotesis Statistik

1. $H_0: \beta_1 \leq 0$: *service scape* (X_1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)
 $H_a: \beta_1 > 0$: *service scape* (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)
2. $H_0: \beta_2 \leq 0$: *reliability* pelayanan (X_2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)
 $H_a: \beta_2 > 0$: *reliability* pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)
3. $H_0: \beta_3 \leq 0$: *responsiveness* pelayanan (X_2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)
 $H_a: \beta_3 > 0$: *responsiveness* pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)
4. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$: *service scape* (X_1) *reliability* dan *responsiveness* pelayanan (X_2) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$: *service scape* (X_1) dan keandalan pelayanan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)