

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Menurut (Djiwandono, 2015) desain penelitian adalah rencana yang meliputi cara penggalan data dan cara analisis data. Dengan begitu desain penelitian yang baik dan sesuai dapat menciptakan hasil karya penelitian yang efektif dan informatif untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Agar penelitian ini menghasilkan tujuan yang diinginkan, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dimana menurut Gay, dkk. Dalam (Leo, 2013) Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada pengumpulan dan analisis data berbentuk angka (numerik) untuk menjelaskan, memprediksi, dan/atau mengontrol fenomena yang diminati.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian pada rumusan masalah pertama hingga kelima, penulis menggunakan pendekatan statistik deskriptif dengan metode IPA, dimana menurut (Husnul, Prasetya, Sadewa, Ajimat, & Purnomo, 2010) statistik deskriptif adalah menggambarkan atau mendeskripsikan karakteristik atau sifat-sifat yang dimiliki oleh sekelompok atau serangkaian data (baik itu data sampel maupun data populasi) tanpa melakukan generalisasi, (yaitu menarik suatu kesimpulan umum berdasarkan informasi data sampel yang dikenakan kepada populasi induknya). Sedangkan metode *importance Performance analysis* (IPA) menurut (Natassia, 2012) adalah

metode yang merupakan alat analisis yang digunakan untuk menentukan skor penilaian kinerja perusahaan jika dibandingkan dengan skor tingkat kepentingan bagi pelanggan.

## **B. Objek Penelitian**

Guna menjawab tujuan pada penelitian ini diperlukan objek dan variabel yang akan diteliti dimana kepuasan pelanggan di Cokotetra *Café* Dago Bandung menjadi objek dan variabel pada penelitian ini. Kepuasan pelanggan yang akan penulis teliti terdiri dari lima faktor kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, serta biaya dan kemudahan pada Cokotetra *Cafe* Dago. Kelima dimensi tersebut akan menjadi tolak ukur untuk menentukan kepuasan pelanggan di Cokotetra *Cafe* Dago.

Objek korespondensi pada penelitian ini adalah para tamu atau calon tamu yang pernah datang ke Cokotetra *Café* Dago, dengan mengumpulkan data melalui pengikut dan *highlight* Instagram Cokotetra *Café* Dago untuk mengetahui bagaimana dan sampai sejauh mana kepuasan pelanggan di Cokotetra *Café* Dago. Dimana penelitian ini berlangsung dalam periode bulan Januari hingga bulan Agustus 2021.

## **C. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Menurut (Leo, 2013) populasi adalah kelompok yang dipilih dan digunakan oleh mahasiswa atau peneliti karena kelompok itu akan memberikan hasil penelitian yang dapat digeneralisasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian

ini adalah pelanggan yang telah dan sedang merasakan lima faktor pendorong kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional serta biaya dan kemudahan di Cokotetra *Café* Dago Bandung. Sebagai dasar untuk menentukan sampel peneliti berfokus pada data jumlah konsumen di Cokotetra *Café* Dago pada periode tahun 2018 - 2019. Berdasarkan data penjualan yang ada pada periode tersebut diperkirakan pelanggan yang datang berjumlah 24.278 orang.

## 2. Sampel

Proses pemilihan sampel kuantitatif menurut (Leo, 2013) perlu dilakukan dari sejumlah individu dengan cara sedemikian rupa agar setiap individu mewakili kelompok yang dipilih. Dari teori tersebut penulis mengetahui bahwa sampel yang dipilih perlu memberikan informasi dengan metode dan cara tertentu untuk mewakili informasi dari jumlah populasi yang ada. (Leo, 2013) memaparkan bahwa pemilihan sampel secara acak adalah cara terbaik untuk memperoleh sampel yang dapat mewakili populasi. Sehingga penulis mengambil sampel secara acak, dari jumlah populasi pelanggan yang pernah datang ke *Café* Cokotetra Bandung, dengan teknik pengumpulan data menggunakan *purposive sampling*.

Menurut (Sugiyono, 2014) Teknik *purposive sampling* merupakan cara penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sehingga dari teknik tersebut penulis menentukan untuk menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti pada penelitian ini karena dalam penarikan

sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel / jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran dalam ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e = 0,1

Dari penjelasan pada rumus diatas, terdapat jumlah sampel untuk dihitung dan diambil sebagai sampel sebagai responden pada penelitian ini. Populasi yang digunakan adalah 24.278 orang, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{24.278}{1 + 24.278 (0,1)^2} \\ &= 99.589 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan sampel dengan rumus solvin di atas didapatkan jumlah sampel 99 orang yang akan di jadikan responden agar mempermudah dan meningkatkan ketepatan pada penelitian ini maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang responden dengan 10% kesalahan.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Menurut (Djiwandono, 2015) bagian ini menguraikan alat – alat dan sarana apa saja yang digunakan untuk menggali data. Pengumpulan data ini diperlukan guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung pencapaian tujuan dari penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer dan sekunder, dimana data primer adalah data yang diberikan secara langsung kepada peneliti, dan data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung oleh peneliti melalui dokumen atau orang lain.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data mengenai kepuasan pelanggan di Cokotetra *Café* Dago, dengan 2 cara sebagai berikut :

##### 1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengambilan data menurut Esterberg dalam Sugiyono (Sugiyono, 2014) wawancara adalah metode pengambilan data yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

##### 2. Kuesioner atau Angket

Yaitu menurut (Djiwandono, 2015) adalah alat untuk menjangkau secara cepat dari sekelompok responden yang mampu memunculkan data untuk menjawab tujuan penelitian. Pengumpulan data dengan angket sangat penting bagi peneliti dimana penelitian ini menggunakan metode

kuantitatif sehingga pengumpulan data responden melalui angket sangat diperlukan untuk diolah menjadi tujuan dari penelitian ini. Kuesioner ini ditujukan kepada pelanggan di Cokotetra *Café* Dago, yang akan disebar kepada 100 orang responden yang ada pada *followers* atau *highlight* Instagram Cokotetra *Café* Dago. Dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan juga akses penyebaran angket ini menggunakan Google Form secara *online* yang telah dibuat oleh penulis sebelumnya. Dalam penelitian ini penulis juga menambahkan data profil demografi seperti, jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan pelanggan Cokotetra *Café* Dago.

Responden juga akan mengisi kuesioner terkait harapan dan persepsi sebelum dan sesudah datang ke Cokotetra *Cafe* Dago. Kuesioner harapan dan persepsi ini akan disediakan dengan model skala *Likert*. Skala Likert menurut (Taluke, Lakat, & Sembel, 2019) adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Berikut adalah skor penilaian pada skala *Likert*:

**TABEL 3.1**

**BOBOT PENILAIAN SKALA *LIKERT***

<b>Pernyataan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Puas (SP)	5
Puas (P)	4

**TABEL 3.1 LANJUTAN**  
**BOBOT PENILAIAN SKALA *LIKERT***

Cukup (C)	3
Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1

Sumber :Sugiyono (2014 : 94)

### **E. Uji Validitas**

Menurut (Djiwandono, 2015) Validitas adalah seberapa baik instrumen penggali data dan teknik analisisnya memberikan informasi atau hasil yang memang dikehendaki oleh peneliti untuk mencapai tujuan penelitian atau menjawab masalah penelitian. Artinya instrumen yang digunakan untuk menggali data dapat mengukur apa yang diinginkan oleh penelitian ini. Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus korelasi dari Pearson untuk menguji validitas instrumen penelitian dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - x^2)(n \sum y^2 - (\sum XY)^2)}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Korelasi antar variable

n = Banyak data

X = Nilai skor dari item instrumen

$Y$  = Total skor dari seluruh item instrumen

Dimana syarat uji validitas adalah  $R$  hitung  $>$   $R$  tabel, pada penelitian ini penulis mengambil 30 responden sesuai dengan teori menurut Singarimbun dan Effendi dalam (Priyandani, et al., 2014) yang menyatakan bahwa Jumlah minimal responden yang dibutuhkan untuk pengujian validitas konstruk adalah 30 responden. Pada penelitian ini penulis membuat pertanyaan sebanyak 57 buah dan tingkat signifikansi pada penelitian ini adalah 5%, maka  $R$  tabel pada penelitian ini adalah 0.361. Artinya, item dinyatakan valid jika  $R$  hitung  $>$   $R$  tabel atau 0.361. Berikut adalah hasil output penelitian uji validitas setiap variabel pada penelitian ini.

**TABEL 3.2.**

**UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PRODUK (EKSPEKTASI)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
KP1_E	0,780	0,361	Valid
KP2_E	0,798	0,361	Valid
KP3_E	0,768	0,361	Valid
KP4_E	0,898	0,361	Valid
KP5_E	0,881	0,361	Valid
KP6_E	0,876	0,361	Valid
KP7_E	0,792	0,361	Valid
KP8_E	0,883	0,361	Valid

**TABEL 3.2. LANJUTAN****UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PRODUK (EKSPEKTASI)**

KP9_E	0,749	0,361	Valid
KP10_E	0,846	0,361	Valid
KP11_E	0,807	0,361	Valid
KP12_E	0,822	0,361	Valid
KP13_E	0,933	0,361	Valid
KP14_E	0,905	0,361	Valid
KP15_E	0,914	0,361	Valid
KP16_E	0,902	0,361	Valid

Berdasarkan tabel di atas, pada variabel Kualitas Produk (Ekspektasi), setiap *item* KP1\_E hingga KP16\_E memiliki nilai R hitung  $> 0.361$ . Artinya, setiap item pada variabel Kualitas Produk (Ekspektasi) dinyatakan valid, dan tidak ada item yang perlu dihapus. Selanjutnya adalah hasil output uji validitas variabel Kualitas Produk (Presepsi).

**TABEL 3.3.****UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PRODUK (PRESEPSI)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
KP1_P	0,775	0,361	Valid
KP2_P	0,732	0,361	Valid

**TABEL 3.3. LANJUTAN****UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PRODUK (PRESEPSI)**

KP3_P	0,662	0,361	Valid
KP4_P	0,827	0,361	Valid
KP5_P	0,661	0,361	Valid
KP6_P	0,720	0,361	Valid
KP7_P	0,756	0,361	Valid
KP8_P	0,731	0,361	Valid
KP9_P	0,571	0,361	Valid
KP10_P	0,630	0,361	Valid
KP11_P	0,823	0,361	Valid
KP12_P	0,776	0,361	Valid
KP13_P	0,746	0,361	Valid
KP14_P	0,760	0,361	Valid
KP15_P	0,689	0,361	Valid
KP16_H	0,846	0,361	Valid

Berdasarkan tabel di atas, pada variabel Kualitas Produk (Presepsi), setiap *item* KP1\_P hingga KP16\_P memiliki nilai R hitung  $> 0.361$ . Artinya, setiap item pada variabel Kualitas Produk (Presepsi) dinyatakan valid, dan tidak ada item yang perlu dihapus. Selanjutnya adalah hasil output uji validitas variabel Harga (Ekspektasi).

**TABEL3.4****UJI VALIDITAS VARIABEL HARGA (EKSPEKTASI)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
H1_E	0,930	0,361	Valid
H2_E	0,930	0,361	Valid
H3_E	0,879	0,361	Valid
H4_E	0,935	0,361	Valid
H5_E	0,888	0,361	Valid
H6_E	0,914	0,361	Valid
H7_E	0,881	0,361	Valid
H8_E	0,859	0,361	Valid

Selanjutnya adalah variabel Harga (Ekspektasi). Berdasarkan tabel diatas, setiap *item* H1\_E sampai H8\_E memiliki nilai R hitung  $> 0,361$ . Artinya, setiap variabel *item* pada variabel Harga (Ekspektasi) dinyatakan valid, dan tidak ada item yang perlu dihapus. Berikutnya adalah uji validitas variabel Harga (Presepsi)

**TABEL 3.5.****UJI VALIDITAS VARIABEL HARGA (PRESEPSI)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
H1_P	0,930	0,361	Valid
H2_P	0,936	0,361	Valid

**TABEL 3.5. LANJUTAN****UJI VALIDITAS VARIABEL HARGA (PRESEPSI)**

H3_P	0,937	0,361	Valid
H4_P	0,913	0,361	Valid
H5_P	0,870	0,361	Valid
H6_P	0,870	0,361	Valid
H7_P	0,840	0,361	Valid
H8_P	0,815	0,361	Valid

Selanjutnya adalah variabel Harga (Presepsi). Berdasarkan tabel diatas, setiap *item* H1\_P sampai H8\_P memiliki nilai R hitung > 0,361. Artinya, setiap variabel *item* pada variabel Harga (Presepsi) dinyatakan valid, dan tidak ada item yang perlu dihapus. Berikutnya adalah uji validitas variabel Kualitas Pelayanan (Ekspektasi).

**TABEL 3.6.****UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (EKSPEKTASI)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
KL1_E	0,882	0,361	Valid
KL2_E	0,889	0,361	Valid
KL3_E	0,870	0,361	Valid
KL4_E	0,837	0,361	Valid

**TABEL 3.6.****UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (EKSPEKTASI)**

KL5_E	0,666	0,361	Valid
KL6_E	0,858	0,361	Valid
KL7_E	0,895	0,361	Valid
KL8_E	0,905	0,361	Valid
KL9_E	0,894	0,361	Valid
KL10_E	0,935	0,361	Valid
KL11_E	0,900	0,361	Valid
KL12_E	0,913	0,361	Valid
KL13_E	0,816	0,361	Valid
KL14_E	0,894	0,361	Valid
KL15_E	0,819	0,361	Valid
KL16_E	0,930	0,361	Valid
KL17_E	0,938	0,361	Valid
KL18_E	0,827	0,361	Valid
KL19_E	0,919	0,361	Valid
KL20_E	0,929	0,361	Valid
KL21_E	0,934	0,361	Valid
KL22_E	0,866	0,361	Valid
KL23_E	0,902	0,361	Valid

Berikutnya adalah variabel Kualitas Pelayanan (Ekspektasi). Berdasarkan tabel diatas, setiap *item* KL1\_E sampai KL23\_E memiliki nilai R hitung  $> 0,361$ . Artinya, setiap variabel *item* pada variabel Kualitas Pelayanan (Ekspektasi) dinyatakan valid, dan tidak ada item yang perlu dihapus. Selanjutnya adalah uji validitas untuk Kualitas Pelayanan (Presepsi).

**TABEL 3.7.**

**UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (PRESEPSI)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
KL1_P	0,824	0,361	Valid
KL2_P	0,707	0,361	Valid
KL3_P	0,702	0,361	Valid
KL4_P	0,730	0,361	Valid
KL5_P	0,594	0,361	Valid
KL6_P	0,712	0,361	Valid
KL7_P	0,827	0,361	Valid
KL8_P	0,850	0,361	Valid
KL9_P	0,850	0,361	Valid
KL10_P	0,867	0,361	Valid
KL11_P	0,817	0,361	Valid
KL12_P	0,841	0,361	Valid
KL13_P	0,797	0,361	Valid
KL14_P	0,894	0,361	Valid

**TABEL 3.7. LANJUTAN****UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (PRESEPSI)**

KL15_P	0,669	0,361	Valid
KL16_P	0,889	0,361	Valid
KL17_P	0,866	0,361	Valid
KL18_P	0,770	0,361	Valid
KL19_P	0,892	0,361	Valid
KL20_P	0,848	0,361	Valid
KL21_P	0,835	0,361	Valid
KL22_P	0,810	0,361	Valid
KL23_P	0,871	0,361	Valid

Berikutnya adalah variabel Kualitas Pelayanan (Presepsi). Berdasarkan tabel diatas, setiap *item* KL1\_P sampai KL23\_P memiliki nilai R hitung > 0,361. Artinya, setiap variabel *item* pada variabel Kualitas Pelayanan (Presepsi) dinyatakan valid, dan tidak ada item yang perlu dihapus. Selanjutnya adalah uji validitas untuk *Emotional Factors* (Ekspektasi).

**TABEL 3.8.****UJI VALIDITAS VARIABEL *EMOTIONAL FACTORS* (EKSPEKTASI)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
EF1_E	0,724	0,361	Valid

**TABEL 3.8. LANJUTAN****UJI VALIDITAS VARIABEL *EMOTIONAL FACTORS* (EKSPEKTASI)**

EF2_E	0,904	0,361	Valid
EF3_E	0,954	0,361	Valid
EF4_E	0,919	0,361	Valid
EF5_E	0,931	0,361	Valid

Berikutnya adalah variabel *Emotional Factors* (Ekspektasi). Berdasarkan tabel diatas, setiap *item* EF1\_E sampai EF5\_E memiliki nilai R hitung  $> 0,361$ . Artinya, setiap variabel *item* pada variabel *Emotional Factors* (Ekspektasi) dinyatakan valid, dan tidak ada item yang perlu dihapus. Selanjutnya adalah uji validitas untuk *Emotional Factors* (Presepsi).

**TABEL 3.9.****UJI VALIDITAS VARIABEL *EMOTIONAL FACTORS* (PRESEPSI)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
EF1_P	0,573	0,361	Valid
EF2_P	0,853	0,361	Valid
EF3_P	0,936	0,361	Valid
EF4_P	0,906	0,361	Valid
EF5_P	0,874	0,361	Valid

Berikutnya adalah variabel *Emotional Factors* (Presepsi). Berdasarkan tabel diatas, setiap *item* EF1\_P sampai EF5\_P memiliki nilai R hitung  $> 0,361$ . Artinya, setiap variabel *item* pada variabel *Emotional Factors* (Ekspektasi) dinyatakan valid, dan tidak ada item yang perlu dihapus. Selanjutnya adalah uji validitas untuk variabel Biaya dan Kemudahan (Ekspektasi).

**TABEL 3.10.**

**UJI VALIDITAS VARIABEL BIAYA DAN KEMUDAHAN  
(EKSPEKTASI)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
BK1_E	0.737	0,361	Valid
BK2_E	0.929	0,361	Valid
BK3_E	0.938	0,361	Valid
BK4_E	0.920	0,361	Valid
BK5_E	0.853	0,361	Valid

Tabel di atas adalah hasil uji validitas variabel Biaya dan Kemudahan (Ekspektasi). Berdasarkan tabel diatas, setiap *item* BK1\_E sampai BK5\_E memiliki nilai R hitung  $> 0,361$ . Artinya, setiap variabel *item* pada variabel Biaya dan Kemudahan dinyatakan valid, dan tidak ada item yang perlu dihapus. Yang terakhir untuk uji validitas adalah untuk variabel Biaya dan Kemudahan (Presepsi)

**TABEL 3.11.****UJI VALIDITAS VARIABEL BIAYA DAN KEMUDAHAN (PRESEPSI)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
BK1_P	0,597	0,361	Valid
BK2_P	0,852	0,361	Valid
BK3_P	0,898	0,361	Valid
BK4_P	0,927	0,361	Valid
BK5_P	0,864	0,361	Valid

Yang terakhir, Tabel di atas adalah hasil uji validitas variabel Biaya dan Kemudahan (Presepsi). Berdasarkan tabel diatas, setiap *item* BK1\_E sampai BK5\_E memiliki nilai R hitung  $> 0,361$ . Artinya, setiap variabel *item* pada variabel Biaya dan Kemudahan dinyatakan valid, dan tidak ada item yang perlu dihapus.

**F. Uji Reliabilitas**

Setelah alat ukur didapatkan data validasinya, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat keandalan alat ukur yang digunakan, agar dapat di percaya serta terbebas dari *Measurement error*.

Menurut Sugiyono dalam (Sugiarto, 2016) data dinyatakan *reliabel* apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti yang sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama

atau sekelompok data bila di pecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum a_b^2}{a_i^2} \right\}$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$a_b^2$  = Jumlah butir varian

$a_i^2$  = Varian total

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner tersebut dilakukan dengan kuesioner tersebut secara berulang, Suatu variable dinyatakan reliable jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.7. Berikut adalah hasil output uji reliabilitas pada penelitian ini.

**TABEL 3.12.****UJI RELIABILITAS VARIABEL KUALITAS PRODUK (EKSPEKTASI)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbac h's Alpha	N of Items
.973	16

Berdasarkan tabel di atas, Variabel Kualitas Produk (Ekspektasi) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,973 dan  $> 0,7$ . Artinya, variabel Kualitas Produk (Ekspektasi) dinyatakan reliabel dan variabel ini dapat digunakan pada penelitian ini. Berikutnya adalah uji reliabilitas untuk variabel Kualitas Produk (Presepsi)

**TABEL 3.13.****UJI RELIABILITAS VARIABEL KUALITAS PRODUK (PRESEPSI)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbac h's Alpha	N of Items
.942	16

Berdasarkan tabel di atas, Variabel Kualitas Produk (Presepsi) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,942 dan  $> 0,7$ . Artinya, variabel Kualitas Produk (Presepsi) dinyatakan reliabel dan variabel ini dapat digunakan pada penelitian ini. Berikutnya adalah uji reliabilitas untuk variabel Harga (Ekspektasi)

**TABEL 3.14.****UJI RELIABILITAS VARIABEL HARGA (EKSPEKTASI)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbac h's Alpha	N of Items
.966	8

Berdasarkan tabel di atas, Variabel Harga (Ekspektasi) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,966 dan  $> 0.7$ . Artinya, variabel Harga (Ekspektasi) dinyatakan reliabel dan variabel ini dapat digunakan pada penelitian ini. Berikutnya adalah uji reliabilitas untuk variabel Harga (Presepsi).

**TABEL 3.15.****UJI RELIABILITAS VARIABEL HARGA (PRESEPSI)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbac h's Alpha	N of Items
.959	8

Berdasarkan tabel di atas, Variabel Harga (Presepsi) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,959 dan  $> 0.7$ . Artinya, variabel Harga (Presepsi) dinyatakan reliabel dan variabel ini dapat digunakan pada penelitian ini. Berikutnya adalah uji reliabilitas untuk variabel Kualitas Pelayanan (Ekspektasi).

**TABEL 3.16.**

**UJI RELIABILITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN  
(EKSPEKTASI)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbac h's Alpha	N of Items
.986	23

Berdasarkan tabel di atas, Variabel Kualitas Pelayanan (Ekspektasi) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,986 dan  $> 0.7$ . Artinya, variabel Kualitas Pelayanan (Ekspektasi) dinyatakan reliabel dan variabel ini dapat digunakan pada penelitian ini. Berikutnya adalah uji reliabilitas untuk variabel Kualitas Pelayanan (Presepsi).

**TABEL 3.17.**

**UJI RELIABILITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (PRESEPSI)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbac h's Alpha	N of Items
.974	23

Berdasarkan tabel di atas, Variabel Kualitas Pelayanan (Presepsi) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,974 dan  $> 0.7$ . Artinya, variabel Kualitas Pelayanan (Presepsi) dinyatakan reliabel dan variabel ini dapat digunakan pada penelitian

ini. Berikutnya adalah uji reliabilitas untuk variabel *Emotional Factors*(Ekspektasi).

**TABEL 3.18.**

**UJI RELIABILITAS VARIABEL *EMOTIONAL FACTORS* (EKSPEKTASI)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbac h's Alpha	N of Items
.933	5

Berdasarkan tabel di atas, Variabel *Emotional Factors* (Ekspektasi) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,933 dan  $> 0.7$ . Artinya, variabel *Emotional Factors* (Ekspektasi) dinyatakan reliabel dan variabel ini dapat digunakan pada penelitian ini. Berikutnya adalah uji reliabilitas untuk variabel *Emotional Factors* (Presepsi).

**TABEL 3.19.**

**UJI RELIABILITAS VARIABEL *EMOTIONAL FACTORS* (PRESEPSI)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbac h's Alpha	N of Items
.886	5

Berdasarkan tabel di atas, Variabel *Emotional Factors* (Presepsi) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,886 dan  $> 0.7$ . Artinya, variabel *Emotional Factors*

(Presepsi) dinyatakan reliabel dan variabel ini dapat digunakan pada penelitian ini. Berikutnya adalah uji reliabilitas untuk variabel Biaya dan Kemudahan (Ekspektasi).

**TABEL 3.20.**

**UJI RELIABILITAS VARIABEL BIAYA DAM KEMUDAHAN  
(EKSPEKTASI)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbac h's Alpha	N of Items
.921	5

Berdasarkan tabel di atas, Variabel Biaya dan Kemudahan (Ekspektasi) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,921 dan  $> 0.7$ . Artinya, variabel Biaya dan Kemudahan (Ekspektasi) dinyatakan reliabel dan variabel ini dapat digunakan pada penelitian ini. Berikutnya adalah uji reliabilitas untuk variabel Biaya dan Kemudahan (Presepsi).

**TABEL 3.21.**  
**UJI RELIABILITAS VARIABEL BIAYA DAM KEMUDAHAN**  
**(PRESEPSI)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbac h's Alpha	N of Items
.886	5

Yang terakhir adalah variabel Biaya dan Kemudahan (Presepsi) Berdasarkan tabel di atas, Variabel Biaya dan Kemudahan (Presepsi) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,886 dan  $> 0.7$ . Artinya, variabel Biaya dan Kemudahan (Presepsi) dinyatakan reliabel dan variabel ini dapat digunakan pada penelitian ini.

#### **G. Definisi Operasional Variabel**

Menurut (Sugiarto, 2016) operasional variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Variabel operasional ini dibutuhkan untuk menjelaskan suatu variabel penelitian agar menjadi suatu konsep, dimensi, indikator dan ukuran yang diarahkan untuk memperoleh nilai dari variabel lainnya. Variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah lima faktor pendorong kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh (Daryanto & Setyobudi, 2014) sebagai berikut :

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.

2. Harga

Untuk pelanggan yang *sensitive*, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena merek akan mendapatkan *value od money* yang tinggi. Sedangkan, bagi pelanggan yang tidak *sensitive* terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.

4. Faktor Emosional

Untuk beberapa produk faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan. Faktor emosional ini didasari oleh rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya merupakan dasar nilai emosional.

5. Biaya dan Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila fasilitas serta harga yang ditawarkan relatif murah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan yang ditawarkan.

TABEL 3.22

## MATRIX OF VARIABLE PENELITIAN

Variabel	Dimensi	Indikator	Sub indikator	No. Kuesioner	Instrumen	Skala	
Lima faktor utama pendorong kepuasan pelanggan menurut Daryanto dan Setyobudi (2014: 53-54) yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, serta biaya dan kemudahan.	Kualitas Produk	Kinerja ( <i>performance</i> )	Keamanan makanan dan minuman	1	Kuesioner	Likert	
			Performa makanan dan minuman (Meliputi rasa, aroma, sehat/gizi, dan porsi)	2 - 5			
		Keandalan ( <i>reliability</i> )	Bahan makanan dan minuman	6			
			Makanan dan minuman yang disajikan tidak berubah rasa atau overcook	7 & 8			
		Fitur ( <i>feature</i> )	Makanan dan minuman memiliki cita rasa unik dan berbeda	9			
			Produk makanan dan minuman lebih unggul dibandingkan pesaing	10			
			Variasi makanan dan minuman	11			
		Ketahanan ( <i>durability</i> )	Makanan dan minuman tidak mudah basi	12			
		Kesesuaian ( <i>conformance</i> )	Kesesuaian makanan dan minuman	13			
			Konsistensi rasa makanan dan minuman	14			
		Desain ( <i>design</i> )	Tampilan penyajian makanan dan minuman	15			
			Penyajian makanan dan minuman rapih	16			
		Harga	Keterjangkauan harga	Harga makanan dan minuman terjangkau			17 & 18

**TABEL 3.22 LANJUTAN**  
***MATRIX OF VARIABLE PENELITIAN***

		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga makanan dan minuman sesuai dengan kualitas	19 & 20
			Harga makanan dan minuman sesuai dengan kuantitas	21
		Daya saing harga	Harga yang ditetapkan dibandingkan pesaing	22 & 23
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan pelayanan	24
	Bukti langsung ( <i>tangibles</i> )		Ruangan café bersih dan rapih	25
		Toilet dan air bersih	26 & 27	
		Pencahayaan	28	
		Tempat parkir	29 & 30	
		Penampilan karyawan	31	
		Kenyamanan dan kebersihan fasilitas pelengkap (meliputi meja, kursi, perpustakaan, dan pendingin ruangan)	32 & 33	
	Keandalan ( <i>realibility</i> )	Kemahiran karyawan dalam melayani pesanan	34 & 35	
		Kemahiran karyawan dalam menangani pelanggan	36	
		Ketepatanan pelayanan makanan dan minuman	37	
		Kesesuaian menu yang dipesan	38	

**TABEL 3.22 LANJUTAN**  
***MATRIX OF VARIABLE PENELITIAN***

		Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> )	Kecepatan layanan	39 & 40
			Kesediaan membantu	41
		Jaminan ( <i>assurance</i> )	Pengetahuan karyawan terhadap menu	42
			Keamanan	43 - 45
		Empati ( <i>empathy</i> )	Kemampuan karyawan berkomunikasi secara sopan, ramah, dan santun	46
			Pemahaman akan kebutuhan pelanggan	47
	Faktor Emosional	Rasa bangga	Senang dan Bangga membeli makanan dan minuman Café	48 & 49
		Rasa percaya diri	Percaya diri membeli makanan dan minuman café	50
		Simbol sukses	Merasa sukses setelah membeli produk	51
		Merasa bagian dari kelompok orang penting	Merasa sebagai orang penting setelah membeli produk	52
	Biaya dan Kemudahan	Harga yang relatif murah	Menghemat biaya	53
			Fasilitas metode pembayaran e-wallet	54
		Kenyamanan Fasilitas yang disediakan	Toilet mudah dan nyaman digunakan	55
		Keefisienan fasilitas yang disediakan	Fasilitas yang disediakan mudah dijangkau	56 - 57

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

## H. Analisis Data

### 1. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Teknik *Importance Performance Analysis (IPA)* pada (Suhendra & Prasetyanto, 2016) *importance performance analysis* adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa saja yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa (konsumen). Metode ini bertujuan untuk mengetahui aspek apa saja yang paling disukai hingga tidak disukai oleh pelanggan mengenai aspek yang sedang disediakan saat ini oleh pihak *café*.

Metode ini dilakukan dengan cara membandingkan ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap aspek yang disediakan oleh perusahaan untuk mengetahui kepuasan pelanggan, maka dari itu metode ini disebut *importance performance analysis*, dimana konsep ini memerlukan aspek yang dirasa penting oleh pelanggan dan bagaimanakah kinerja hasil yang disediakan oleh perusahaan. Untuk itu rumus untuk mengetahui tingkat kesesuaian kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{x}{y} \times 100\%$$

Tki = Tingkat kesesuaian responden

X = Skor penilaian pelaksanaan kinerja penyedia jasa

Y = Skor penilaian kepentingan pengguna jasa (pelanggan)

Sedangkan, untuk menghitung rata – rata untuk setiap atribut atau item yang di presepsikan oleh konsumen yaitu dengan rumus sebagai berikut :

$$X_i = \frac{\sum X_i}{n} \text{ dan } Y_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan :

$X_i$  = Skala rata – rata tingkat kinerja

$Y_i$  = Skala rata – rata tingkat kepentingan

$N$  = Jumlah responden

Setelah mengukur menggunakan rumus tersebut, maka akan tercipta diagram atau empat kuadran yang akan menggambarkan penilaian pelanggan terhadap aspek yang dianggap penting dan tidak penting, menurut pelanggan dengan kinerja yang dianggap sudah baik maupun buruk. Langkah – langkah untuk mengetahui titik potong antar keempat diagram untuk mengetahui posisi responden terhadap atribut adalah dengan cara membagi skor total rata – rata kinerja (X) dan harapan (Y) dengan total item soal atau pertanyaan, sehingga didapatkan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{K} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{K}$$

Keterangan :

$K$  = Banyaknya variabel yang dapat memperngaruhi kepuasan pelanggan

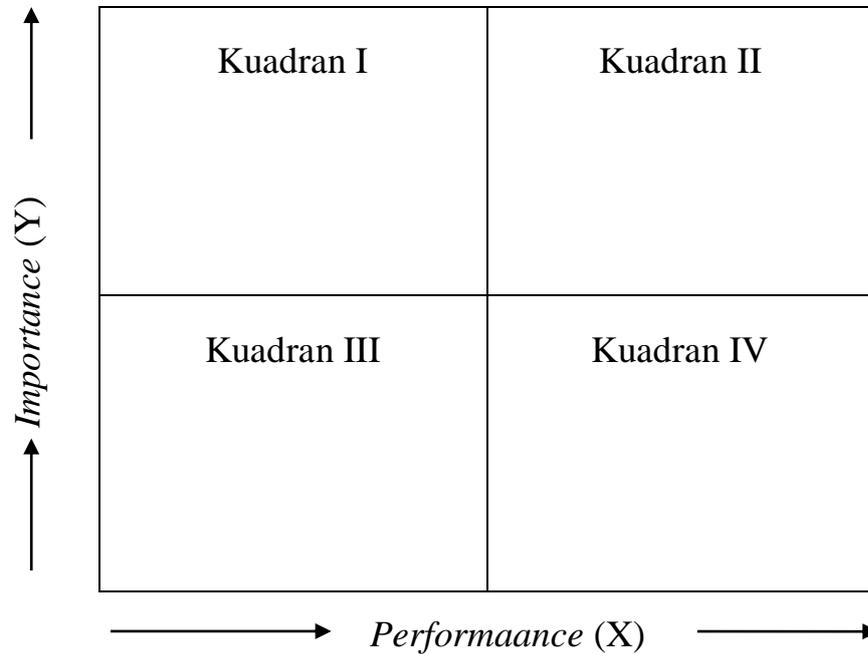
$X$  = Rata-rata dari skala rata-rata tingkat kinerja perusahaan

$X_i$  = Skala rata-rata tingkat kinerja

$Y$  = Rata-rata dari skala rata-rata tingkat kepentingan/harapan konusmen

$Y_i$  = Skala rata-rata tingkat kepentingan

Berikut ini adalah gambar diagram kartesius *importance performance analysis* berdasarkan teori menurut (Rangkuti, 2002).



**GAMBAR 3.1**

### **DIAGRAM KARTESUIS *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS***

Berikut merupakan penjelasan tiap kuadran yang ada pada diagram kartesius *importance performance analysis* diatas :

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Pada wilayah ini memiliki faktor yang dianggap penting oleh pelanggan namun kinerja yang diberikan atau dihasilkan tidak sesuai harapan, sehingga variabel yang masuk kedalam kuadran ini perlu ditingkatkan, dengan cara memperbaiki pelayanan pada variabel ini hingga *performance* atau kinerja yang dihasilkan sudah cukup dianggap baik oleh pelanggan.

## 2. Kuadran II (Pertahankan)

Pada wilayah ini memiliki faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja yang diberikan atau dihasilkan sudah sesuai dengan harapan, dimana variabel ini sebaiknya terus dipertahankan agar kualitas yang dihasilkan tidak menurun dan menjadikan sebagai faktor keunggulan menurut pelanggan terhadap perusahaan.

## 3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada wilayah ini memiliki faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerja yang diberikan atau dihasilkan pun tidak terlalu baik. Peningkatan pada variabel ini sebaiknya perlu diperhatikan kembali dikarenakan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan sangat minim.

## 4. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada wilayah ini memiliki faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan namun kinerja yang dihasilkan atau diberikan dirasa terlalu berlebihan menurut pelanggan. Sehingga *cost* pada variabel yang masuk kedalam kuadran ini sebaiknya dapat diturunkan atau ditekan agar tidak terlalu besar.

## 2. Analisis Deskriptif

Yaitu menurut (Sugiyono, 2014) analisis deskriptif merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau

generalisasi. Dimana pada penelitian ini, metode analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan hasil analisis data berdasarkan tingkat harapan dan hasil kinerja yang dirasakan tamu Cokotetra Café Dago.

Pengukuran dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner dengan Skala Likert, dimana skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas perasaannya terhadap harapan serta hasil kinerja yang ada pada Cokotetra Café. Pertanyaan yang disebar merupakan pertanyaan tertutup dengan pilihan berjenjang mulai dari intensitas yang paling rendah hingga tinggi, dengan *range* penilaian dari angka 1 sampai dengan 5 seperti penjabaran berikut :

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Cukup

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Dari hasil jawaban tersebut kemudian akan dibentuk kriteria penilaian setiap item pertanyaan atau pernyataan berdasarkan presentase berdasarkan teori menurut (Indrawati, 2015) yaitu dengan cara menghitung nilai komulatif tertinggi, terendah, presentase, serta rentang di tiap kriteria. Cara menghitung jumlah komulatif tertinggi dan terendah dengan jumlah 100 orang responden dengan 57 pertanyaan. Dimana nilai skala pengukuran tertinggi kuesioner adalah 5 dan nilai skala terendah adalah 1. Maka jumlah komulatif tertinggi yaitu  $100 \times 57 \times 5 = 28.500$ . Sedangkan,

