

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Ruko Ahmad Yani Rantau Prapat, yang berlokasi di Jl. Jend. Ahmad Yani No. 153, Kelurahan Kartini, Kecamatan Rantau Utara, Kabupaten Labuhanbatu, Provinsi Sumatera Utara, dengan kode pos 21411.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dimulai dari bulan November 2024 sampai bulan April 2025

No	Kegiatan	Jadwal Penelitian																											
		November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Permohonan Judul																												
2	Penyusunan Proposal																												
3	Bimbingan Proposal																												
4	Revisi																												
5	Seminar Proposal																												
6	Penyusunan Skripsi																												
7	Bimbingan Skripsi																												
8	Revisi Skripsi																												
9	Sidang Meja Hijau																												

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut (Sugiyono, 2020) adalah Wilayah generalisasi mencakup objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji sebelum diambil kesimpulan. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian kopi Kenangan di Rantau Prapat.

2. Sampel

Sampel menurut (Sugiyono, 2020) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Jika populasi terlalu besar dan tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut sebagai representasi dalam penelitian.

(Sugiyono, 2020) mengatakan bahwa *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Teknik ini digunakan ketika pemilihan sampel tidak dilakukan secara acak, melainkan berdasarkan pertimbangan tertentu. Metode dalam *non-probability sampling* meliputi *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling insidental*, *sampling purposive*, *sampling jenuh*, dan *sampling snowball*.

(Sugiyono, 2020) Teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dikenal sebagai *purposive sampling*. Teknik ini lebih sesuai untuk penelitian kualitatif atau penelitian yang tidak bertujuan melakukan generalisasi terhadap populasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *non-probability sampling*, khususnya *purposive sampling*, dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 90 responden.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah penjelasan sederhana tentang bagaimana sebuah variabel dalam penelitian diukur atau diamati secara jelas. Ini seperti panduan yang menjelaskan cara mengumpulkan data supaya lebih mudah dipahami dan bisa dihitung dengan tepat. Tabel berikut menyajikan definisi operasional variabel yang telah dibuat :

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator
1.	Harga (X1)	Menurut pendapat dari (Kumrotin & Susanti, 2021) Harga adalah jumlah biaya yang dikeluarkan oleh konsumen saat melakukan pembayaran untuk memperoleh suatu produk atau jasa.	Indikator harga menurut pendapat dari (Kumrotin & Susanti, 2021) adalah : 1. Ketergantungan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga dalam pasar 4. Kesesuaian harga dengan

			manfaat
2.	Lokasi (X2)	Menurut Gugun (2015:16) dalam (Suryati, 2020) lokasi dapat didefinisikan sebagai tempat untuk menjalankan kegiatan atau usaha sehari-hari. Faktor ini menjadi pertimbangan utama bagi pengusaha sebelum membuka bisnisnya, karena pemilihan lokasi yang strategis sering kali berpengaruh terhadap tingkat penjualan dan keberhasilan usaha.	Indikator lokasi menurut Tjiptono (2016:15) dalam kutipan (Suryati, 2020) yaitu sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Persaingan 8. Peraturan pemerintah
3.	Kualitas Pelayanan	Menurut (Haruna et al., 2024) Kualitas pelayanan	Terdapat lima Indikator kualitas pelayanan menurut

	(X3)	<p>yang optimal dalam suatu perusahaan dapat menghasilkan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang mereka terima, mereka cenderung membandingkan layanan tersebut dengan yang lain. Jika kepuasan mereka terpenuhi secara maksimal, pelanggan akan melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan layanan atau produk tersebut kepada orang lain.</p>	<p>Tjiptono (2019) dalam kutipan (Haruna et al., 2024), yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i>
4.	<p>Kepuasan Konsumen (X4)</p>	<p>Menurut (Tito & Parahiyangan, 2022) Kepuasan pelanggan ditentukan oleh perbedaan</p>	<p>Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Tito & Parahiyangan, 2022) menyatakan kunci untuk</p>

		<p>antara harapan konsumen dan pengalaman nyata yang mereka rasakan. Harapan konsumen mencerminkan ekspektasi atau keyakinan mereka terhadap manfaat yang akan diperoleh saat membeli atau menggunakan suatu produk, baik berupa barang maupun jasa. Sementara itu, kinerja yang dirasakan mengacu pada persepsi konsumen terhadap hasil yang mereka terima setelah mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut.</p>	<p>mempertahankan pelanggan adalah kepuasan dari pelanggan tersebut. Indikator kepuasan pelanggan diantaranya :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Re-purchase</i> 2. Menciptakan <i>word of mouth</i> 3. Menciptakan citra (<i>image</i>)
--	--	---	---

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data kuantitatif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kuantitatif merujuk pada sesuatu yang didasarkan pada jumlah atau banyaknya serta berkaitan dengan aspek yang dapat diukur secara numerik. Data kuantitatif digunakan untuk menganalisis fenomena dengan pendekatan statistik sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan yang objektif. Menurut (Sugiyono, 2018) dalam (Suprihartini et al., 2023) Data kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada data konkret dalam bentuk angka, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik sebagai alat uji perhitungan. Data ini digunakan untuk mengkaji permasalahan yang diteliti guna menghasilkan kesimpulan yang objektif. Dalam penelitian ini, data kuantitatif diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen untuk mengukur tingkat kepuasan mereka terhadap aspek harga, lokasi, dan kualitas pelayanan.

2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu:

- Sumber Data Primer : Data yang diperoleh langsung dari responden yang merupakan konsumen yang pernah berkunjung atau menggunakan layanan Kopi Kenangan di Rantau Prapat. Teknik pengumpulan data primer meliputi pengisian kuesioner oleh konsumen dan wawancara dengan beberapa pelanggan.

- Sumber Data Sekunder : Data yang diperoleh dari studi pustaka atau sumber lain seperti jurnal, buku, laporan, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian, yakni mengenai kepuasan konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhinya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019, 296) dalam (Cahyadi, 2022) Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data yang relevan dan dapat dipertanggungjawabkan. Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data yang valid, akurat, dan terpercaya sehingga kesimpulan yang dihasilkan tidak diragukan kebenarannya. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. data primer yang terdiri dari kuesioner.
2. data sekunder yang terdiri dari dokumen.

Menurut (Sugiyono, 2020) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) sebagai teknik utama untuk mengumpulkan data yang akan dibagikan kepada responden.

Menurut Sugiyono (2019:146) dalam (Janneth & Sari, 2022) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Dalam penggunaannya, variabel yang akan

diukur dijabarkan ke dalam sejumlah indikator yang mencerminkan aspek-aspek tertentu dari variabel tersebut. Responden kemudian diminta untuk memberikan penilaian terhadap setiap indikator menggunakan skala bertingkat, biasanya dalam rentang sangat setuju hingga sangat tidak setuju atau sangat puas hingga sangat tidak puas. Penelitian ini akan menggunakan empat angket, yaitu harga, lokasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Setiap angket mencakup lima alternatif jawaban yang dapat dipilih., yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Skor	Keterangan	Simbol
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Netral	N
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

Tabel 3.3 Skala Likert

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2020) dalam (Haruna et al., 2024) Validitas menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan oleh penulis sesuai dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Pengujian validitas dilakukan untuk menilai ketepatan setiap butir instrumen, yang dianalisis dengan mengkorelasikan skor masing-masing butir terhadap skor totalnya. Menurut

(Ghozali, 2018) Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah suatu kuesioner benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan di dalamnya mampu secara akurat mengungkap informasi yang ingin diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan kata lain, uji validitas memastikan bahwa instrumen penelitian dapat memberikan data yang relevan dan dapat dipercaya.

Menurut (Amalia et al., 2022) Hasil uji validitas diperoleh melalui perhitungan nilai r hitung, yang kemudian dibandingkan dengan r tabel pada tingkat signifikansi tertentu. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid. Hasil uji validitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner valid, karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa kuesioner yang digunakan mampu mengukur pengetahuan responden dengan baik dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian yang akurat.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi suatu kuesioner yang berfungsi sebagai indikator dari variabel atau konstruk dalam penelitian. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diberikan tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang dapat dipercaya dan dapat digunakan dalam berbagai kondisi tanpa mengalami perubahan yang signifikan. Sedangkan reliabilitas menurut (Amalia et al., 2022)

merupakan sebuah uji untuk mengukur sejauh mana instrumen memberikan hasil yang stabil dan konsisten.

G. Metode Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji ini penting karena dalam analisis regresi, baik uji t maupun uji F mengasumsikan bahwa residual berdistribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka hasil uji statistik bisa menjadi tidak valid, terutama pada penelitian dengan jumlah sampel kecil. Oleh karena itu, uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa analisis statistik yang digunakan dapat menghasilkan kesimpulan yang akurat dan dapat diandalkan.

b. Uji Heterokedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah ada perbedaan varian dalam nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variannya tetap sama, kondisi ini disebut homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami heteroskedastisitas, karena hal ini dapat membuat hasil analisis menjadi kurang akurat. Masalah ini sering muncul dalam data *cross-section*, karena data tersebut mencakup berbagai objek dengan ukuran yang beragam, seperti bisnis kecil, menengah, dan besar.

c. Uji Multikolonieritas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki hubungan atau korelasi antar variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka mereka tidak bersifat ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang tidak memiliki hubungan satu sama lain, ditandai dengan nilai korelasi sama dengan nol. Jika terjadi multikolonieritas, maka hasil analisis regresi dapat menjadi kurang akurat dan sulit untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis regresi linear berganda yang mana teknik ini melibatkan lebih dari satu variabel independen.

Rumus yang digunakan sebagai berikut :

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

Keterangan :

- **Y** = **Variabel dependen**
- X_1, X_2, X_3 = Variabel independen
- **a** = Konstanta
- b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen
- **e** = *Error*

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t atau uji parsial, diterapkan untuk mengukur sejauh mana Setiap variabel independen satu per satu mempengaruhi variasi pada variabel dependen. Seperti seberapa besar pengaruh dampak variabel harga (X_1), lokasi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Dengan persyarat pada di bawah ini :

- Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$, Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).
- Nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$, Variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau uji simultan secara umum digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam penelitian memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen.

- Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_0$ ditolak, yang berarti model regresi secara keseluruhan signifikan, dan variabel independen memiliki pengaruh bersama terhadap variabel dependen.
- Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel} \rightarrow H_0$ diterima, yang berarti model regresi secara keseluruhan tidak signifikan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi, atau nilai R^2 , digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1 ($0 < R^2 < 1$). Jika R^2 mendekati nol, berarti variabel independen hanya memiliki pengaruh kecil dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen.. (Cut Nova Rianda, 2020)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) adalah suatu ukuran yang digunakan dalam analisis regresi untuk menunjukkan sejauh mana variabel independen (X) dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen (Y). Dengan kata lain, R^2 mengukur kecocokan model regresi dengan data yang ada.

Secara garis besar, koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur sejauh mana model regresi dapat menjelaskan variasi dalam data. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik model regresi dalam memprediksi variabel dependen.