

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi**

Penelitian ini dilakukan pada Warkop Karakter Kopi Rantauprapat, Jalan Rantau Lama No.05, Bakaran Batu, Kec. Rantau Selatan., Kab. Labuhanbatu, Sumatera Utara 21411.

##### **2. Waktu**

Penulis melakukan penelitian mulai dari bulan Juni 2025 sampai dengan Bulan september 2025, peneltian ini meliputi peninjauan langsung di Warkop Karakter Kopi Rantauprapat, kab. Labuhanbatu.

**Tabel 2 Jadwal Kegiatan**

Keterangan	Bulan															
	Juni (24)				Juli (24)				Agustus (25)				Sep (25)			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Pengajuan dan Persetujuan Judul																
Penyusunan Proposal skripsi																
Bimbingan Proposal skripsi																
Seminar Proposal skripsi																
Pengumpulan Data																
Pengolahan Data																
Skripsi Dan Bimbingan																
Meja Hijau																

## **B. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono, (2019), Populasi diartikan sebagai seluruh objek atau individu yang mempunyai ciri-ciri tertentu dan menjadi fokus kajian. Dalam penelitian ini populasi mengacu pada kelompok yang menjadi sumber data atau fenomena yang diteliti. Tergantung pada ruang lingkup penelitian, populasi sasaran bisa sangat besar atau kecil.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di Warkop Karakter Kopi Rantauprapat, Kec. Rantau Selatan, Kab. Labuhanbatu yaitu berjumlah 2.700 orang pelanggan perbulan.

### **2. Sampel Penelitian**

Menurut Sugiyono, (2019), Sampel adalah bagian atau sebagian dari populasi yang dipilih untuk menjadi objek penelitian. Sampel diambil dari populasi dengan cara tertentu agar hasil yang diperoleh dapat mewakili karakteristik populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel bisa dilakukan secara acak atau berdasarkan pertimbangan tertentu (misalnya purposive sampling atau stratified sampling).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan *probability sampling*. Menurut Sugiyono, (2019), *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Metode ini digunakan untuk memperoleh sampel yang dapat

menggambarkan populasi secara lebih objektif dan memungkinkan penggeneralisasian hasil penelitian ke seluruh populasi.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan *Probability sampling* jenis *simple random sampling*, menurut Sugiyono, (2019), *simple random sampling* adalah Teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Jumlah Sampel penelitian ini adalah sebahagian pelanggan di Warkop Karakter Kopi Rantauprapat dengan menggunakan rumus Slovin seperti berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).

Populasi (N) sebanyak 2.700 orang dan tingkat kesalahan (e) sebesar 10% maka besarnya sampel adalah :

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

$$n = \frac{2.700}{1 + 2.700 (0,098)^2}$$

$$n = \frac{2.700}{1+25,98}$$

$$n = \frac{2.700}{26,98}$$

$$n = 100,07$$

$$n = 100,07 \text{ di bulatkan menjadi } 100$$

jadi, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 100 orang pengunjung di Warkop Karakter Kopi Rantauprapat selama satu bulan.

### C. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel ialah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara untuk mengukur suatu variabel. Variabel pada penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Defenisi operasional untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Operasional Variabel Penelitian

Variable	Defenisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	kualitas pelayanan merupakan bentuk upaya atau tindakan yang dilakukan oleh penyedia jasa dalam memberikan bantuan, kemudahan, serta pelayanan kepada konsumen guna memenuhi harapan,	1. Keandalan 2. Responsivitas (Daya Tanggap) 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti Fisik	Likert

	keinginan, dan kebutuhan pelanggan, sehingga mampu menciptakan kepuasan konsumen.	(Material)	
Harga (X <sub>2</sub> )	<p>harga adalah nilai yang diberikan konsumen baik berupa uang maupun bentuk pengorbanan lainnya untuk memperoleh produk atau layanan. Nilai tersebut mencerminkan harapan konsumen terhadap manfaat, kualitas, dan kesesuaian antara apa yang diterima dan apa yang dikorbankan dalam proses pertukaran.</p> <p>.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjakauan Harga.</li> <li>2. Penetapan Harga Berdasarkan Kinerja dan Persaingan.</li> <li>3. Keseimbangan antara Harga dan Kualitas Produk.</li> <li>4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat yang Dirasakan.</li> </ol>	Likert
Cita Rasa (X <sub>3</sub> )	<p>cita rasa adalah sebuah pengalaman inderawi yang melibatkan kerja berbagai indera manusia, seperti perasa, penciuman, penglihatan, dan pendengaran, yang secara bersama-sama membentuk persepsi terhadap kelezatan suatu makanan atau minuman. Cita rasa berperan penting dalam memengaruhi tingkat kepuasan konsumen serta keputusan pembelian, dan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan pelanggan dalam industri makanan dan minuman.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aroma</li> <li>2. Rasa</li> <li>3. Sensasi di Mulut (Rangsangan Mulut)</li> </ol>	Likert

Kepuasan Pelanggan (Y)	<p>kepuasan pelanggan adalah bentuk perasaan yang muncul setelah pelanggan membandingkan antara harapan mereka dan pengalaman nyata terhadap suatu produk atau jasa. Kepuasan terjadi ketika harapan tersebut terpenuhi atau dilampaui, sementara ketidakpuasan muncul saat kinerja produk tidak sesuai dengan</p>	<p>1. Kesesuaian harapan</p> <p>2. Keinginan untuk Kembali.</p> <p>3. Kemauan untuk memberikan rekomendasi.</p>	Likert
------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------

#### **D. Jenis data dan sumber data**

Berdasarkan jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

##### **1. Data Primer**

Data primer (*Primary Data*) adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian oleh individu atau organisasi untuk tujuan investigasi terkait penelitian dan dapat berupa wawancara, kuesioner, observasi, dan lain-lain. Data primer dikumpulkan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada pelanggan atau pengunjung Warkop Karakter Kopi Rantauprapat.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder (*Secondary Data*) merupakan data yang telah diperoleh dan digabungkan dari penelitian-penelitian sebelumnya atau data yang diterbitkan oleh berbagai lembaga lain. Sumber yang diambil biasanya tidak tersedia secara langsung dalam bentuk data dokumentasi atau arsip resmi..

## **E. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara.

Menurut, teknik pengumpulan data meliputi:

### **1. Kuesioner**

Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana responden diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang sudah terstruktur. Metode ini dianggap efisien apabila peneliti sudah mengetahui variabel apa yang akan diukur serta jawaban apa yang diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga sesuai untuk jumlah responden yang besar dan wilayah penelitian yang luas.

### **2. Studi Dokumentasi**

Studi dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menghimpun informasi dari literatur, arsip laporan maupun sumber data lain yang relevan dengan topik penelitian.

## **F. Skala pengukuran Variabel**

Menurut Sugiyono, (2020), skala Likert adalah metode pengukuran yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok individu terhadap fenomena sosial tertentu yang sedang diteliti. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengukur sejauh mana responden menyetujui atau tidak menyetujui suatu pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Pada penelitian ini, instrumen berupa kuesioner dirancang dengan menggunakan skala Likert, di mana responden memberikan tanggapan berdasarkan tingkat persetujuan mereka terhadap sejumlah pernyataan yang telah disusun secara

sistematis. Penggunaan skala Likert ini membantu peneliti untuk mengumpulkan data yang terukur dan terstruktur, sehingga memudahkan analisis hasil penelitian.

Tabel 4 Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## G. Uji instrument penelitian

### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, (2020), Pengujian validitas menyatakan bahwa ia menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur aspek yang ingin diukur. Pengujian validitas dilakukan untuk memeriksa apakah data yang diperoleh dalam penelitian valid sesuai dengan instrumen pengukuran yang digunakan yaitu kuesioner. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat secara akurat mengungkap data dari variabel yang diteliti. Dalam uji validitas, ada beberapa Kriteria pengujian validitas yaitu sebagai berikut :

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan dikatakan valid.
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan dikatakan tidak valid.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 23. Tujuan dari uji ini adalah untuk menilai sejauh mana setiap pertanyaan dalam kuesioner memiliki validitas yang memadai. Validitas setiap butir pertanyaan dianalisis

melalui korelasi antara skor setiap item dengan skor total yang telah dimodifikasi. Suatu pernyataan dianggap valid apabila nilai  $r$  *hitung*, yang ditunjukkan oleh *Corrected Item-Total Correlation*, lebih dari 0,5.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, (2020), reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama telah diperoleh hasil yang juga relatif sama.

Reliabilitas merupakan tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yakni pengukuran yang dapat memberikan hasil ukur terpercaya (*reliable*). Suatu kuesioner dikatakan terpercaya, apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan ialah konsisten atau stabil. Uji reabilitas penelitian ini dengan menggunakan fasilitas *SPSS New Version 23 For Windows*, yakni dengan uji statistik *cronbach alpha*  $> 0,60$  sampai dengan 0,80 dan dianggap sangat baik atau sangat reliable jika nilai *cronbach alpha*  $> 0,80$  sampai dengan 1,00.

## H. Metode analisis data

### 1. Metode Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif adalah pendekatan yang digunakan untuk menyajikan data kuantitatif dalam bentuk deskriptif. Metode ini umumnya diterapkan melalui survei, studi kasus, dan analisis deskriptif berkelanjutan. Dalam penelitian kuantitatif, metode ini berperan dalam menggambarkan serta menjelaskan data secara sistematis agar lebih mudah dipahami. Menurut

Sugiyono, (2019), analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan baik selama proses pengumpulan data maupun setelah data terkumpul dalam rentang waktu tertentu. Selama wawancara berlangsung, peneliti telah mulai menganalisis jawaban dari responden. Hal ini dikarenakan data yang diperoleh tidak bisa langsung digunakan, melainkan perlu diolah terlebih dahulu agar dapat memberikan informasi yang jelas, mudah dipahami, dan akurat.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

Adapun uji asumsi klasik untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Pendekatan ini diterapkan untuk memperoleh model analisis yang sesuai. Dalam penelitian ini, pengolahan data hasil penelitian dilakukan menggunakan Analisis Inferensial (kuantitatif) dengan bantuan program SPSS. Proses analisis data memanfaatkan metode regresi linier berganda. Namun, sebelum menjalankan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

### **1) Uji Normalitas**

Menurut Ghozali, (2022), uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak. Jika hasil analisis data menunjukkan pola yang tersebar di sekitar garis serta mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebuah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal dianggap sebagai model yang baik. Sebaliknya, jika data hasil uji normalitas menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak

mengikuti polanya, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi (*sig*) < 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi (*sig*) > 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, (2022), uji multikolinearitas digunakan untuk menganalisis korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian. Model regresi yang dianggap baik jika tidak terdapat korelasi antar variabel independen berdasarkan hasil uji multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria untuk pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai toleransi > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian ini.
- b. Apabila toleransinya  $\leq 0,10$  dan  $VIF \geq 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas terdapat dalam penelitian tersebut.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2022), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varians residual antar pengamatan berbeda, maka kondisi ini disebut heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika varians residual tetap sama di setiap pengamatan, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang dianggap lebih baik dalam penelitian adalah model yang memenuhi asumsi homoskedastisitas dibandingkan dengan heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode Glejser. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji Glejser adalah sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas variabel bebas  $< 0,05$ , maka terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika probabilitas variabel bebas  $> 0,05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau data memenuhi asumsi homoskedastisitas.

### **3. Analisis Regresi Linear Berganda**

Menurut Ghazali, (2022), Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hubungan serta arah pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen yang dianalisis mencakup kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan cita rasa (X3), yang diharapkan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan (Y). Persamaan regresi linier berganda yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	= Kepuasan Pelanggan
a	= Konstanta
$b_1 - b_2 - b_3$	= Koefisien Regresi
$X_1$	= Kualitas Pelayanan
$X_2$	= Harga
$X_3$	= Cita Rasa
e	= <i>Standard Error</i>

#### 4. Analisis Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji signifikan parsial (uji t) dan simultan (uji f). Menurut ghozila, (2022), yaitu:

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

Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak digunakan statistik t (uji t). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Cita Rasa ( $X_3$ ) terhadap Variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Bentuk pengujinya sebagai berikut:

- 1)  $H_0 : b_1 = 0$ , artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas yaitu variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Cita Rasa ( $X_3$ ) terhadap Variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

- 2)  $H_a : b_1 \neq 0$ , artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas yaitu variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Cita Rasa ( $X_3$ ) terhadap Variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.

Jika tingkat signifikansi dibawah 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### **b. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)**

Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak digunakan statistik F (uji F). Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara serentak atau bersama-sama variabel bebas yaitu variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Cita Rasa ( $X_3$ ) terhadap Variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

Perumusan hipotesisnya yaitu:

- $H_0: b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel bebas (*independent variable*) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependent variable*).
- $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel bebas (*independent variable*) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependent variable*).

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.

c Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.

Jika tingkat signifikansi dibawah 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *independent* atau *predictornya*. Range nilai dari  $R^2$  adalah 0-1. Semakin mendekati nol berarti model tidak baik atau variasi model dalam menjelaskan amat terbatas, sebaliknya semakin mendekati satu model semakin baik.

Pada intinya mengukur proporsi atau persentase sumbangan variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Cita Rasa ( $X_3$ ) terhadap Variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) secara bersama-sama, dimana:  $0 \leq R^2 \leq 1$ .