

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Makema Coffee menjadi salah satu tempat nongkrong yang cukup ramai dikunjungi di Tangerang. Hal ini dikarenakan keberadaan rooftop yang membuat pengunjung jadi lebih betah. Suguhan pemandangan langit sore paling diburu di sini. Keindahan langit senja yang dipadu dengan view rumah-rumah warga di Tangerang ini semakin menambah keistimewaan tempat ini. Memang paling pas saat datang ke sini adalah saat sore hari, karena pemandangan langit sore sangat sayang untuk dilewatkan.

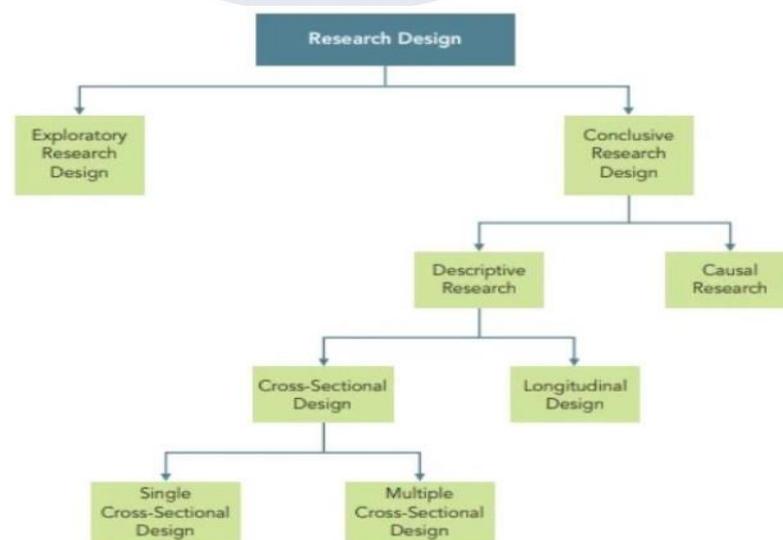
Sebenarnya rooftop di Makema Coffee cukup sederhana dengan deretan bangku dan meja yang berjajar. Namun karena pemandangannya, membuat suasana di sini terasa cukup beda dari coffee shop kebanyakan. Penambahan beberapa tanaman di sudut-sudut area juga menambah kesan sejuk dan alami. Apalagi saat malam hari ketika lampu-lampu jalan dan rumah warga mulai dinyalakan, pemandangan ini memberikan kesan menenangkan. Tentunya menjadi kenikmatan hakiki saat ngopi sambil menikmati angin kota malam hari ditambah dengan nuansa hangat dari lampu gantung yang ada di sini.

Selain area rooftop, Makema Coffee juga memiliki area indoor. Meskipun tidak terlalu luas namun area indoor ini bisa menampung cukup banyak pengunjung dengan banyaknya meja dan kursi yang disediakan. Ruang indoor ini cocok untuk yang ingin ngobrol lebih private atau sedang tidak ingin menikmati udara di luar. Tidak perlu khawatir karena area indoor

ini cukup nyaman dengan dominasi warna coklat yang hangat. Tidak hanya nongkrong, bisa nugas hingga melakukan *work from cafe* di sini. Area indoor juga sudah dilengkapi beberapa kipas angin besar yang membuat nongkrong kamu tetap nyaman. Pada hari tertentu Makema Coffee juga kerap menyajikan live music yang semakin menambah keseruan nongkrong di sini.

### 3.2. Desain Penelitian

Sebuah kerangka kerja yang dipakai pada penelitian pasar yang membutuhkan langkah- langkah terang untuk menerima fakta yang diharapkan buat memecahkan perkara yang diteliti merupakan pengertian dari desain penelitian (Malhotra et al., 2017). Desain penelitian terbagi sebagai 2 jenis, yaitu desain penelitian eksploratif & desain penelitian kognitif (Malhotra et al., 2017).



**Gambar 3.1 Desain Penelitian**

**Sumber : Malhotra et al., (2019)**

Malhotra & Birks (2019) membagi 2 jenis desain penelitian yang bisa digunakan dalam melakukan penelitian yaitu :

1. *Exploratory Research Design*

Penelitian eksploratif adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk memperoleh dan memperluas wawasan serta memahami situasi dan masalah yang dihadapi oleh peneliti. Penelitian eksploratif biasanya menggunakan data primer yang bersifat kualitatif dengan cara menganalisisnya sesuai kebutuhan. Penelitian kualitatif bersifat eksplorasi, tidak terstruktur, dan biasanya menggunakan teknik focus group discussion (FGD), words association (tanggapan responden dengan stimulus), in-depth interview (wawancara secara mendalam atau rinci), survei dan studi kasus untuk mendapatkan wawasan tentang fenomena yang diteliti.

2. *Conclusive Research Design*

Penelitian konklusif adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk mengambil keputusan dalam mendefinisikan, mengevaluasi dan memberikan alternatif untuk memecahkan masalah yang terjadi. Dalam conclusive research dilakukan pengujian hipotesis atau dugaan sementara dengan menggunakan pengaruh antara variabel yang digunakan.

*Conclusive Research Design* dibagi menjadi 2 jenis, antara lain:

a. *Descriptive Research*

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan masalah yang diteliti dalam pemasaran yang

biasanya digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik atau fungsi suatu pasar. Penelitian deskriptif memiliki 2 jenis penelitian yaitu :

### 1. *Cross Sectional Design*

Desain *cross-sectional* merupakan jenis penelitian yang mengumpulkan informasi atau datahanya sekali dalam jangka waktu tertentu. Desain *cross-sectional* dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

#### a. *Single Cross Sectional Design*

Desain *Single Cross Sectional* merupakan jenis penelitian dimana hanya ada satu sampelresponden berasal dari populasi sasaran dan informasi dari sampel tersebut diperoleh hanya sekali. Model ini juga dikenal sebagai desain penelitian studi sampel.

#### b. *Multiple Cross Design*

*Multiple cross design* merupakan jenis penelitian yang datanya diambil dari dua atau lebih sampel responden.

### 2. *Longitudinal Design*

Desain *longitudinal* adalah jenis studi yang menggunakan sampel populasi yang sama yang diukur beberapa kali. Tujuan penggunaan sampel yang sama adalah untuk memberikan gambaran tentang keadaan dan perubahan yang terjadi selama kurun waktu tertentu.

## b. *Causal Research*

Penelitian kausal merupakan jenis penelitian yang memilikitujuan untuk menemukan dan membuktikan adanya hubungan sebab akibat antar variabel, penelitian ini biasanya menggunakan metode eksperimen.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian *conclusive research design* dan metode *descriptive research design*. Jenis dari *descriptive research design* yang digunakan melalui *cross sectional design* yaitu *single cross sectional design*. Penelitian ini menggunakan *crosssectional design* yaitu *single cross sectional design*, karena bertujuan untuk menguji hipotesis dan mengetahui pengaruh antar variabel untuk mengambil keputusan dan pertimbangan serta memberikan pilihan untuk memecahkan masalah kepuasan pelanggan.

Penelitian deskriptif digunakan dalam penelitian karena tujuan utamanya adalah untuk mendeskripsikan variabel yang diteliti. Di dalam penelitian ini menggunakan *cross sectional design*, karena pengumpulan informasi atau data yang dilakukan hanya sekali dalam periode tertentu dengan sampel *single cross sectional design* yaitu pengambilan datanya berasal dari satu sampel responden yang menggambarkan target populasi yaitu sampel yang mewakili responden untuk penelitian pada Makema Coffee Shop di Tangerang. Cara yang dilakukan untuk pengumpulan data adalah survei menggunakan kuesioner. Menurut Malhotra et al (2017), kuesioner adalah pertanyaan terstruktur diajukan kepada sampel dari populasi untuk memperoleh informasi

yang diperlukan dari responden atau sampel.

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah berkunjung ke toko untuk makan ditempat atau *dine-in* dan juga mengkonsumsi produk Makaema coffe.

#### **3.3.2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2014). Sampel dalam penelitian ini adalah orang yang pernah berkunjung ke toko untuk makan ditempat atau *dine-in* dan juga mengkonsumsi produk Makaema coffe.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Malhotra (2019), *sampling frame* adalah kerangka sampling yang berasal dari item populasi yang berguna untuk mengidentifikasi populasi sasaran dalam suatu penelitian. Malhotra dkk. (2019) membagi teknik sampling menjadi dua bagian, yaitu teknik *probability sampling* dan teknik *non-probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang mana setiap anggota populasi memiliki peluang atau diikutsertakan dalam sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel dengan tidak

memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk memperoleh sampel penelitian, tetapi didasarkan pada kriteria penelitian yang dipersyaratkan disebut *Non-probability sampling* (Malhotra et al., 2019). Teknik *non-probability sampling* digunakan dalam penelitian ini karena elemen populasi memiliki kemungkinan untuk dijadikan sampel dalam survei yang dilakukan. Terdapat empat jenis teknik *non - probability sampling* berdasarkan Malhotra & Bricks (2020). Berikut ini adalah beberapa penjelasan mengenai *non-probability sampling*, antara lain:

1. ***Convenience Sampling***, Teknik pengambilan sampel *non-probabilitas* yang berupaya mendapatkan sampel item yang sesuai. Pilihan unit *sampling* adalah tanggung jawab pewawancara. Teknik ini dilakukan atas dasar kemudahan, karena tidak banyak konfirmasi dari responden. *Skrining* adalah metode dimana peneliti menggunakan sampel yang ada untuk menentukan apakah seorang individu harus memenuhi kriteria.
2. ***Judgmental Sampling***, Suatu bentuk *convenience sampling* yang mana elemen populasi sengaja dipilih berdasarkan penilaian peneliti. Teknik ini menggunakan *screening* mendalam dan lebih panjang.
3. ***Quota Sampling***, Teknik pengambilan sampel probabilitas di mana sampel dipilih dengan memilih titik awal acak dan kemudian mengambil setiap elemen secara bergiliran dari kerangka pengambilan sampel. Teknik ini merupakan metode pemilihan responden yang patuh secara acak.
4. ***Snowball Sampling***, Teknik *non-probability sampling* di mana sekelompok responden pertama dipilih secara acak. Responden berikut

dipilih berdasarkan informasi referensi yang diberikan oleh responden asli. Proses ini bisa dilakukan secara bergelombang, mengambil isyarat dari isyarat. Teknik ini agak sulit mencari responden, sehingga diperlukan referensi. Pada umumnya teknik ini biasanya berdasarkan rekomendasi dari satu orang ke orang lain.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*, menggunakan *judgemental sampling* karena sampel yang diambil merupakan representasi dari populasi. Sampel yang diperlukan yaitu, orang yang pernah berkunjung ke toko untuk makan ditempat atau *dine-in* dan juga mengkonsumsi produk Makaema Coffee Shop di Tangerang.

### **3.5. Operasionalisasi Variabel**

Penelitian ini memiliki lima variabel yaitu Service Quality, Store Atmosphere, Price Fairness, dan Customer Satisfaction. Teori-teori dari berbagai literatur dan jurnal berfungsi sebagai dasar untuk pembuatan definisi variabel. Skala estimasi yang digunakan adalah skala Likert lima poin. Skala Likert dari satu sampai lima digunakan untuk mengukur semua variabel, dengan satu mewakili ketidaksetujuan yang kuat dan lima mewakili persetujuan yang kuat. Definisi wacana variabel beserta indikatornya tersaji dalam table definisi operasional berikut:

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

**Tabel 3.1.**

**Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber	Skala
1.	Service Quality	Service Quality dikonseptualisasi sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen.	Karyawan Makema Coffe memiliki keterampilan yang baik	Sabila (2023)	Likert 1-5
			Karyawan Makema Coffe memiliki kecekatan dalam melayani konsumen		
			Karyawan Makema Coffe bersedia menanggapi semua pertanyaan yang diajukan konsumen		
			Karyawan Makema Coffe peka terhadap kebutuhan konsumennya		
			Karyawan Makema Coffe memahami keluhan yang dialami setiap konsumen		
2.	Store Atmosphere	Store Atmosphere mengacu pada desain lingkungan dengan panca indra agar dapat memberikan pengalaman membeli yang memuaskan.	Bangunan Makema Coffe terlihat menarik	Sabila (2023)	Likert 1-5
			Papan nama Makema Coffe sangat jelas dan mudah dikenali		
			Makema Coffe memiliki tingkat pencahayaan		

			<p>ruangan yang baik</p> <p>Makema Coffe memutarakan musik yang membuat konsumen nyaman</p> <p>Makema Coffe memiliki aroma ruangan yang sesuai</p> <p>Kondisi lantai di Makema Coffe selalu bersih</p> <p>Hiasan di Makema Coffe Menyesuaikan Hari-hari besar</p> <p>Ruangan yang ada di Makema Coffe luas</p>		
3.	Price Fairness	<i>Price Fairness</i> adalah sejumlah uang yang harus dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau service	<p>Harga makanan yang dikenakan Makema Coffe masuk akal</p> <p>Biaya di Makema Coffe sesuai dengan apa yang saya dapatkan</p> <p>Secara keseluruhan Makema Coffe memberikan pilihan harga yang lebih unggul dibandingkan dengan penyedia layanan lainnya</p> <p>Harga Makema Coffe lebih rendah dibandingkan dengan lainnya</p>	Sabila (2023)	Likert 1-5

			Makema Coffe memberikan harga diskon atau promo menarik		
4.	Customer Satisfaction	Customer Satisfaction mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.	<p>Saya merasa puas terhadap kualitas pelayanan Makema Coffe</p> <p>Saya merasa puas terhadap keberadaan lokasi Makema Coffe</p> <p>Saya merasa puas terhadap suasana yang ada di Makema Coffe</p> <p>Kualitas pelayanan yang Makema Coffe sudah sesuai dengan harapan saya</p> <p>Suasana Makema Coffe sudah sesuai dengan harapan saya</p>	Sabila (2023)	Likert 1-5

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

### 3.6. Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan beberapa pengujian yaitu :

#### 3.6.1. Uji Data Pre-Test

Malhotra (2020), mengungkapkan tahap *pre-testing* adalah aturan yang umum dalam melakukan survei secara luas. *Pre-testing* dapat dilakukan dengan cara menyebarkan suatu kuesioner kepada sampel yang berjumlah

sekitar 15 - 30 orang (Malhotra, 2020). Pada penelitian ini, penulis menggunakan software IBM SPSS Statistics versi 25 untuk melakukan olah data pre-test. Uji data yang dilakukan adalah faktor analisis dan reliabilitas. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana indikator yang digunakan oleh penulis dapat mewakili variabel yang diujikan. Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan sebanyak 30 responden. Data pre-test ini dilakukan dan dikumpulkan melalui platform Google Forms.

### **3.6.2. Uji Validitas Pre-Test**

Uji validitas mengacu pada sejauh mana skor skala yang diamati mampu menggambarkan bahwa objek penelitian berbeda dengan karakteristik yang diukur, menurut (Malhotra, 2010). Kemudian, terdapat 3 tipe validitas yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

#### **1. Content Validity**

Tipe yang digunakan dengan evaluasi sifatnya subjektif tetapi juga objektif mengenai seberapa baik isi dari skala guna mewakili pengukuran yang ada.

#### **2. Criterion Validity**

Tipe dengan cara menguji apakah skala pengukuran yang ada dapat digunakan dan berfungsi dengan baik sesuai dengan yang diharapkan dan berkaitan dengan variabel lainnya yang dipilih sebagai kriteria yang bermakna.

#### **3. Construct Validity**

Tipe yang menjawab pertanyaan mengenai karakteristik ataupun

konstruksi apa yang dapat diukur dengan skala.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan tipe Construct Validity pada pengujian pre- test. Penulis menggunakan sebuah alat ukur yang berupa indikator pertanyaan guna mengukur pengertian dari sebuah variabel. Sebuah indikator bisa dikatakan valid apabila telah memenuhi syarat yang terdapat dalam uji validitas. Berikut syarat yang terdapat dalam melakukan uji validitas:

**Tabel 3.2**

**Syarat Uji Pre-Test**

No	Ukuran Validitas	Definisi	Syarat Validitas
1.	KMO (Kaiser Meyer-Olkin)	Kaiser Meyer-Olkin adalah indeks yang dipakai untuk menguji kelayakan analisis faktor. (Malhotra, 2019)	Nilai KMO $\geq 0.5$ menunjukkan analisis faktor valid. Nilai KMO $< 0.5$ maka analisis faktor valid
2.	Bartlett's Test of Sphericity	Bartlett Test of Sphericity merupakan uji statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis bahwa variabel tidak mempunyai korelasi dalam populasi. (Malhotra, 2019)	Nilai signifikan $< 0.05$ menunjukkan ada hubungan yang signifikan antar variabel.
3.	Anti-Image Correlation Matrix (MSA - Measure of Sampling)	Anti-Image Correlation Matrix merupakan matriks atau alat yang digunakan untuk menguji dan menunjukkan adanya korelasi sederhana antara	Nilai MSA $\geq 0.5$ menunjukkan data valid. Nilai MSA $< 0.5$ maka data tidak valid.

		semua kemungkinan pada variabel yang ada di dalam model analisis. (Malhotra, 2019).	
4.	Factor Loading of Component Matrix	Factor Loading adalah alat yang berguna untuk mengukur korelasi sederhana antar variabel dan faktor yang terdapat dalam model analisis. (Malhotra, 2019)	Nilai factor loading $\geq$ 0.5 akan dianggap signifikan. Semakin besar nilai akan semakin baik dalam menjelaskan suatu variabel.

### 3.6.3. Uji Reliabilitas Pre-Test

Suatu instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur dan melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi atau tidak disebut dengan uji validitas. Menurut Malhotra (2020), uji reliabilitas adalah uji yang dapat mengukur sejauh mana skala akan mendapatkan hasil yang konsisten dalam sebuah pengukuran yang dilakukan secara berulang. Dapat dikatakan juga bahwa, uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat konsistensi dari responden ketika menjawab kuesioner/survei yang telah diberikan. Pada jenis uji reliabilitas, dapat diukur melalui Cronbach's Alpha. Apabila hasil dari Cronbach's Alpha  $\geq$  0,7 maka data bisa dikatakan reliabel, (Kamis et al., 2020). Sebaliknya, apabila  $<$  0.7 maka data dikatakan tidak reliabel.

### 3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat yang harus terpenuhi agar

persamaan regresi dapat dikatakan sebagai persamaan regresi yang baik, maksudnya adalah persamaan regresi yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi. Uji asumsi klasik tersebut biasanya sering digunakan pada persamaan regresi berganda (Ghazali, 2021). Adapun uji asumsi klasik ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

**a. Uji Normalitas**

Uji Normalitas adalah pengujian untuk melihat apakah masing-masing variabel dalam penelitian berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi datanormal atau mendekati normal (Sugiyono, 2021). Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis grafik *kolmogorov-smirnov test*. Pada pengujian normalitas dengan *kolmogorov-smirnov test*. Dengan tingkat signifikan 5% (0,05) data berdistribusi normal atau tidak dilihat probabilitasnya. Data normal jika nilai *kolmogorov-smirnov* lebih dari 0,05 dan data yang tidak normal jika nilai *kolmogorov-smirnov* kurang dari 0,05 (Asymp.sig (2-tailed) >0,05).

**b. Uji Multikolinearitas**

Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi diantara variabel independen. Apabila variabel independen memiliki angka VIF < 10, dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1 maka dapat dikatakan variabel independen tersebut tidak memiliki multikolinearitas dengan variabel lain (Sugiyono, 2021).

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas menguji apakah dalam sebuah model regresi

terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas (Sugiyono, 2021). Untuk melihat ada dan tidaknya heteroskedastisitas pada *model* regresi dapat dilihat pada pola tertentu yakni grafik *scatterplot*. Apabila mendapatkan hasil titik-titik data yang ada membentuk suatu pola yang teratur, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

### 3.6.5. Uji Hipotesis

#### a. Uji parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Adapun kriteria penerimaan hipotesis menurut Azzuar, dkk (2020) adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{table}$  maka  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
2. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{table}$  maka  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan membandingkan tingkat signifikansi (*alpha*) yang telah ditentukan sebesar 5% (0,05).

Adapun bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai probabilitas hitung  $< \alpha$  0,05), artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
2. Jika nilai probabilitas hitung  $> \alpha$  0,05), artinya terdapat pengaruh tidak signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

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

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas atau lebih secara bersama – sama dengan variabel terikat (Sugiyono, 2021). Selain itu, dengan uji F ini dapat diketahui pula apakah model regresi linear yang digunakan sudah tepat atau belum. Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$  (0,05) . kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya secara simultan berpengaruh signifikan antar variabel independen terhadap dependen.
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dengan sig.  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima, artinya secara simultan tidak berpengaruh signifikan antar variabel independen terhadap dependen.

#### **c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (X) menjelaskan variabel

dependen (Y). Nilai Koefisien Determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel dependen dapat diterangkan oleh variabel independen (Sugiyono, 2021). Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ( $R^2 = 0$ ) artinya variasi dari variabel dependen tidak dapat diterangkan oleh variabel independen. Sementara bila ( $R^2 = 1$ ), artinya variabel dependen secara keseluruhan dapat diterangkan oleh variabel independen

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA