

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di wilayah Jakarta dengan target responden masyarakat di Jakarta yang merupakan pengunjung *coffee shop* janji jiwa. Penelitian ini dilaksanakan daring melalui *Google Form* dikarenakan kondisi dan keadaan yang tidak memungkinkan peneliti untuk ke lapangan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama empat bulan mulai dari bulan Februari 2021 sampai bulan Juni 2021. Waktu tersebut sesuai dengan jadwal dan peraturan yang telah ditetapkan dalam melakukan penelitian.

B. Pendekatan Penelitian

1. Metode

Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Render et.al, dalam Sudjatmika (2017) mengatakan penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan ilmiah untuk pengambilan keputusan manajerial jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan

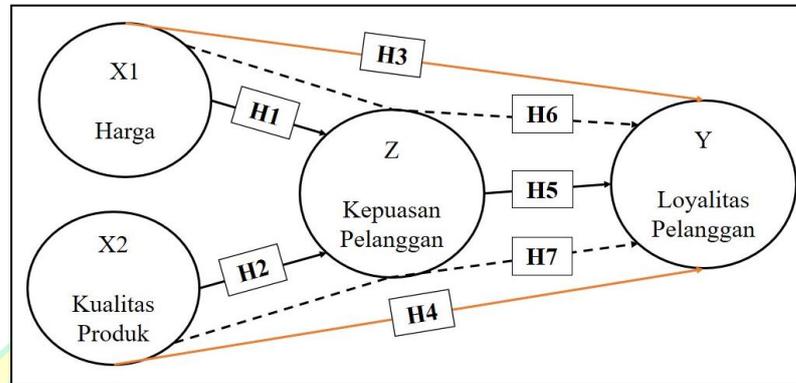
menggunakan metode survei. Kerlinger dalam Sugiyono (2007) menyatakan bahwa penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar/kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi. Metode survei yang akan digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena ingin mengetahui hubungan antar variabel sesuai tujuan penelitian yang ingin dicapai.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

- H1:** Harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.
- H2:** Kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.
- H3:** Harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.
- H4:** Kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.
- H5:**Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.
- H6:** Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.
- H7:** Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Maka konstelasi hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3. 1 Konstelasi X1 (Harga) X2 (Kualitas Produk) terhadap Y
Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Keterangan :

Variabel bebas : Harga (X1)

Variabel bebas : Kualitas Produk (X2)

Variabel terikat : Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel intervening : Kepuasan Pelanggan (Z)

→ : Arah Hubungan

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2013) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat di Jakarta yang pernah mengunjungi *coffee shop* janji jiwa sebanyak tiga kali dalam enam bulan terakhir.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013) sampel ialah bagian dari jumlah dan ciri yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam riset ini ditentukan oleh peneliti bersumber pada pertimbangan permasalahan, tujuan, hipotesis, metode, serta instrumen penelitian. Berdasarkan hal tersebut, metode yang digunakan merupakan *purposive sampling*, metode ini merupakan bagian dari metode *non- probability sampling* dimana metode penentuan sampel bersumber pada pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Tidak dikenal jumlah populasi dalam riset ini, hingga untuk memastikan besarnya jumlah sampel yang hendak digunakan ialah didasarkan pada *rule of thumb* yang menyatakan bahwa besarnya sampel berkisar antara 200 sampai dengan 500 sampel Hair dalam (Wantara & Tambrin, 2019).

Sampel untuk riset ini merupakan masyarakat di DKI Jakarta yang pernah mengunjungi *coffee shop* janji jiwa sebanyak tiga kali dalam enam bulan terakhir dengan rentang usia 17 – 40 tahun keatas dan sampel yang hendak diteliti minimum sebanyak 200 responden. Metode pengambilan sampel pada riset ini menggunakan metode *purposive*

sampling. Metode ini diseleksi karena sampel yang diambil memiliki ciri tertentu. Ciri tersebut antara lain:

- 1) Masyarakat DKI Jakarta yang merupakan pengunjung *coffee shop* Janji Jiwa.
- 2) Masyarakat DKI Jakarta dengan rentang usia 17 – 40 tahun ke atas.
- 3) Pernah mengunjungi *coffee shop* sebanyak tiga kali dalam enam bulan terakhir.

D. Pengembangan Instrumen

Pada penelitian ini akan menguji empat variabel yaitu harga (variabel X1), kualitas produk (variabel X2), loyalitas pelanggan (variabel Y) dan kepuasan pelanggan (variabel Z). Adapun instrumen untuk mengukur keempat variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Loyalitas Pelanggan (variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan atau komitmen pelanggan terhadap sebuah merek yang akan dibeli pada masa sekarang atau masa yang akan datang.

b. Definisi Operasional

Variabel loyalitas pelanggan dalam penelitian ini diukur berdasarkan empat indikator yaitu; (1) merekomendasikan kepada orang lain; (2) memilih menggunakan produk dibanding merek lain;

(3) kemauan untuk menggunakan kembali; (4) pembelian secara terus menerus.

c. Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Penyusunan kisi-kisi instrumen ini digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan dan mengumpulkan data pada setiap item-item yang diajukan setelah dilakukan uji validasi dan uji reabilitas. Tabel dibawah ini menunjukkan kisi-kisi intrumen variabel loyalitas pelanggan.

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Indikator	Uji Coba		Drop	Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)
Saya merekomendasikan <i>coffee shop</i> janji jiwa kepada orang lain.	1	-	-	1	-
Saya mengkonsumsi <i>coffee shop</i> janji jiwa dibanding merek lain.	2	-	-	2	-
Saya akan mengkonsumsi <i>coffee shop</i> janji jiwa pada masa yang akan datang.	3	-	-	3	-
Saya melakukan pembelian ulang <i>coffee shop</i> janji jiwa dalam jangka waktu dekat.	4	-	-	4	-

Sumber: (Muharam & Soliha, 2017; Nasiti & Astuti, 2019; Yohana, 2017)

Kisi-kisi instrumen yang digunakan yaitu dalam bentuk kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel loyalitas pelanggan. Beberapa alternatif jawaban dan skor untuk setiap item pernyataan berupa angka yang disediakan untuk mengolah setiap variabel dalam menganalisis data yang diperoleh. Alternatif jawaban berdasarkan skala *likert* antara lain sebagai berikut: Sangat Setuju (SS); Setuju (S); Ragu-ragu (RR); Tidak Setuju (TS); Sangat Tidak Setuju (STS). Bentuk skala *likert* yang digunakan pada penelitian ini bersumber menurut Sugiyono (2013) yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Penelitian Instrumen Loyalitas Pelanggan

Pilihan	Positif (+)	Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu (RR)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber Sugiyono (2013)

d. Validasi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Awal memulai dengan pengembangan instrumen berupa kuesioner dengan model skala *likert* yang mengacu pada model indikator variabel loyalitas pelanggan. Tabel 3.1 menunjukkan bahwa ide instrumen untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan. Kemudian, peneliti berkonsultasi dengan dosen pembimbing mengenai konsep instrumen variabel loyalitas pelanggan. Selanjutnya, setelah disetujui oleh dosen pembimbing mengenai konsep instrumen variabel loyalitas pelanggan peneliti mengujicobakan instrumen yang telah dibuat kepada 30 responden yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Proses validasi meliputi pemeriksaan data dari hasil uji coba instrumen, termasuk validasi disetiap item pernyataan menggunakan koefisien korelasi antara skor item dengan skor total instrumen.

Berikut ini rumus yang digunakan:

$$rit = \frac{\sum XiXt}{\sqrt{\sum Xi^2 \sum Xt^2}}$$

Keterangan:

Rit = koefisien skor butir dengan skor total instrumen

X_i = deviasi skor butir X_i

X_t = deviasi skor butir X_t

Kriteria untuk $r_{tabel} = 0,361$ menetapkan batasan minimum untuk pernyataan dapat diterima. Bila nilai yang dihitung lebih besar dari 0,361 maksudnya pernyataan tersebut dinyatakan valid. Tetapi, bila nilai r pada saat dihitung kurang dari 0,361 sehingga pernyataan tersebut tidak valid sehingga pernyataan harus dibuang serta tidak diperkenankan terdapat dalam kuesioner.

Bersumber pada perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti pada dapat disimpulkan bahwa empat item pernyataan yang diperoleh merupakan valid. Selanjutnya, butir-butir pernyataan yang valid akan dihitung reabilitasnya dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum St^2}{St^2} \right]$$

Keterangan:

R_{ii} = reabilitas instrumen

k = banyak butir pernyataan yang valid

$\sum St^2$ = jumlah varians butir

St^2 = varians skor total

Dimana varians butir dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$St^2 = \frac{\sum X_i - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

St^2 = varians butir

n = jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = jumlah data

Sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan peneliti di dapatkan hasil *Cronbach Alpha* sebesar 0,878. Variabel loyalitas pelanggan dengan empat item instrumen pernyataan dinyatakan reliabel, karena hasil yang diperoleh melebihi batas yang ditetapkan.

2. Harga (variabel X1)

a. Definisi Konseptual

Harga adalah sejumlah uang yang dapat ditukar dengan suatu barang atau jasa.

b. Definisi Operasional

Variabel harga dalam penelitian ini diukur berdasarkan empat indikator yaitu (1) daya saing harga; (2) kesesuaian harga dengan manfaat; (3) potongan harga; (4) keterjangkauan harga.

c. Kisi-kisi Instrumen Harga

Penyusunan kisi-kisi instrumen ini digunakan untuk mengukur variabel harga dan mengumpulkan data pada setiap item-item yang diajukan setelah dilakukan uji validasi dan uji reabilitas. Tabel dibawah ini menunjukkan kisi-kisi intrumen variabel harga.

Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Harga

Indikator	Uji Coba		Drop	Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)
Harga dari <i>coffee shop</i> janji jiwa lebih ekonomis.	1	-	-	1	-
Harga yang ditentukan <i>coffee shop</i> janji jiwa sesuai dengan manfaat yang dirasakan.	2	-	-	2	-
Saya berniat membeli produk <i>coffee shop</i> janji jiwa dalam jumlah tertentu, untuk mendapatkan potongan harga.	3	-	-	3	-
Harga <i>coffee shop</i> janji jiwa sangat terjangkau.	4	-	-	4	-

Sumber: (Amilia, 2017; Kusuma & Suwitho, 2015)

Kisi-kisi instrumen yang digunakan yaitu dalam bentuk kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel harga. Beberapa alternatif jawaban dan skor untuk setiap item pernyataan berupa angka yang disediakan untuk mengolah setiap variabel dalam menganalisis data yang diperoleh. Alternatif jawaban berdasarkan skala *likert* antara lain sebagai berikut: Sangat Setuju (SS); Setuju (S); Ragu-ragu (RR); Tidak Setuju (TS); Sangat Tidak Setuju (STS). Bentuk skala *likert* yang digunakan pada penelitian ini bersumber menurut Sugiyono (2013) yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Skala Penelitian Instrumen Harga

Pilihan	Positif (+)	Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu (RR)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Sugiyono (2013)

d. Validasi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Awal memulai dengan pengembangan instrumen berupa kuesioner dengan model skala *likert* yang mengacu pada model indikator variabel harga. Tabel 3.3 menunjukkan bahwa ide instrumen untuk mengukur variabel harga. Kemudian, peneliti berkonsultasi dengan dosen pembimbing mengenai konsep

instrumen variabel harga. Selanjutnya, setelah disetujui oleh dosen pembimbing mengenai konsep instrumen variabel harga peneliti mengujicobakan instrumen yang telah dibuat kepada 30 responden yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Proses validasi meliputi pemeriksaan data dari hasil uji coba instrumen, termasuk validasi disetiap item pernyataan menggunakan koefisien korelasi antara skor item dengan skor total instrumen.

Berikut ini rumus yang digunakan:

$$r_{it} = \frac{\sum X_i X_t}{\sqrt{\sum X_i^2 \sum X_t^2}}$$

Keterangan:

Rit = koefisien skor butir dengan skor total instrumen

Xi = deviasi skor butir Xi

Xt = deviasi skor butir Xt

Kriteria untuk $r_{tabel} = 0,361$ menetapkan batasan minimum untuk pernyataan dapat diterima. Bila nilai yang dihitung lebih besar dari 0,361 maksudnya pernyataan tersebut dinyatakan valid. Tetapi, bila nilai r pada saat dihitung kurang dari 0,361 sehingga pernyataan tersebut tidak valid sehingga pernyataan harus dibuang serta tidak diperkenankan terdapat dalam kuesioner.

Bersumber pada perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti pada, dapat disimpulkan bahwa empat item pernyataan yang diperoleh merupakan valid. Selanjutnya, butir-butir pernyataan

yang valid akan dihitung reabilitasnya dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum St^2}{St^2} \right]$$

Keterangan:

R_{ii} = reabilitas instrumen

k = banyak butir pernyataan yang valid

$\sum St^2$ = jumlah varians butir

St^2 = varians skor total

Dimana varians butir dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$St^2 = \frac{\sum Xi - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

St^2 = varians butir

n = jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = jumlah data

Sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan peneliti di dapatkan hasil *Cronbach Alpha* sebesar 0,905. Variabel harga dengan empat item instrumen pernyataan dinyatakan reliabel, karena hasil yang diperoleh melebihi batas yang ditetapkan.

3. Kualitas Produk (variabel X2)

a. Definisi Konseptual

Kualitas produk merupakan karakteristik barang atau jasa yang memiliki manfaat dan keunggulan sesuai dengan kebutuhan serta harapan pelanggan.

b. Definisi Operasional

Variabel kualitas produk dalam penelitian ini diukur berdasarkan empat indikator yaitu (1) tampilan produk yang dihasilkan; (2) kehandalan produk yang dihasilkan; (3) daya tahan produk; (4) fitur produk.

c. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk

Penyusunan kisi-kisi instrumen ini digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk dan mengumpulkan data pada setiap item-item yang diajukan setelah dilakukan uji validasi dan uji reabilitas. Tabel dibawah ini menunjukkan kisi-kisi intrumen variabel kualitas produk.

Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk

Indikator	Uji Coba		Drop	Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)
<i>Coffee shop</i> janji jiwa memiliki tampilan produk yang unik.	1	-	-	1	-
<i>Coffee shop</i> janji jiwa memiliki rasa yang khas.	2	-	-	2	-
<i>Coffee shop</i> janji jiwa dapat bertahan untuk dikonsumsi satu sampai dua hari.	3	-	-	3	-
Fitur produk <i>coffee shop</i> janji jiwa memiliki berbagai varian menu.	4	-	-	4	-

Sumber: (Pandesia et al., 2017;Muharam & Soliha, 2017;Wirawan et al., 2019)

Kisi-kisi instrumen yang digunakan yaitu dalam bentuk kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel kualitas produk. Beberapa alternatif jawaban dan skor untuk setiap item

pernyataan berupa angka yang disediakan untuk mengolah setiap variabel dalam menganalisis data yang diperoleh. Alternatif jawaban berdasarkan skala *likert* antara lain sebagai berikut: Sangat Setuju (SS); Setuju (S); Ragu-ragu (RR); Tidak Setuju (TS); Sangat Tidak Setuju (STS). Bentuk skala *likert* yang digunakan pada penelitian ini bersumber menurut Sugiyono (2013) yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Skala Penelitian Instrumen Kualitas Produk

Pilihan	Positif (+)	Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu (RR)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber Sugiyono (2013)

d. Validasi Instrumen Kualitas Produk

Awal memulai dengan pengembangan instrumen berupa kuesioner dengan model skala *likert* yang mengacu pada model indikator variabel kualitas produk. Tabel 3.5 menunjukkan bahwa ide instrumen untuk mengukur variabel kualitas produk. Kemudian, peneliti berkonsultasi dengan dosen pembimbing mengenai konsep instrumen variabel kualitas produk. Selanjutnya, setelah disetujui oleh dosen pembimbing mengenai konsep instrumen variabel kualitas produk peneliti mengujicobakan instrumen yang telah dibuat kepada 30 responden yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Proses validasi meliputi pemeriksaan data dari hasil uji coba instrumen, termasuk validasi disetiap item pernyataan menggunakan

koefisien korelasi antara skor item dengan skor total instrumen.

Berikut ini rumus yang digunakan:

$$r_{it} = \frac{\sum XiXt}{\sqrt{\sum Xi^2 \sum Xt^2}}$$

Keterangan:

Rit = koefisien skor butir dengan skor total instrumen

Xi = deviasi skor butir Xi

Xt = deviasi skor butir Xt

Kriteria untuk $r_{tabel} = 0,361$ menetapkan batasan minimum untuk pernyataan dapat diterima. Bila nilai yang dihitung lebih besar dari 0,361 maksudnya pernyataan tersebut dinyatakan valid. Tetapi, bila nilai r pada saat dihitung kurang dari 0,361 sehingga pernyataan tersebut tidak valid sehingga pernyataan harus dibuang serta tidak diperkenankan terdapat dalam kuesioner.

Bersumber pada perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti pada dapat disimpulkan bahwa empat item pernyataan yang diperoleh merupakan valid. Selanjutnya, butir-butir pernyataan yang valid akan dihitung reabilitasnya dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum St^2}{St^2} \right]$$

Keterangan:

Rii = reabilitas instrumen

k = banyak butir pernyataan yang valid

$\sum St^2$ = jumlah varians butir

St^2 = varians skor total

Dimana varians butir dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$St^2 = \frac{\sum Xi - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

St^2 = varians butir

n = jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = jumlah data

Sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan peneliti di dapatkan hasil *Cronbach Alpha* sebesar 0,837. Variabel kualitas produk dengan empat item instrumen pernyataan dinyatakan reliabel, karena hasil yang diperoleh melebihi batas yang ditetapkan.

4. Kepuasan Pelanggan (variabel Z)

a. Definisi Konseptual

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang yang dirasakan pelanggan setelah melakukan penggunaan produk

b. Definisi Operasional

Variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur berdasarkan empat indikator yaitu; (1) perasaan senang menggunakan produk; (2) kenyamanan; (3) terpenuhi harapan pelanggan; (4) cenderung terus membeli.

c. Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Penyusunan kisi-kisi instrumen ini digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan dan mengumpulkan data pada setiap item-item yang diajukan setelah dilakukan uji validasi dan uji reabilitas. Tabel dibawah ini menunjukkan kisi-kisi intrumen variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 3. 7 Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Indikator	Uji Coba		Drop	Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)
Saya merasa senang mengkonsumsi <i>coffee shop</i> janji jiwa.	1	-	-	1	-
Saya merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan <i>coffee shop</i> janji jiwa.	2	-	-	2	-
Saya merasa <i>coffee shop</i> janji jiwa memenuhi keinginan pelanggan.	3	-	-	3	-
Saya cenderung terus membeli <i>coffee shop</i> janji jiwa dibanding yang lain.	4	-	-	4	-

Sumber: (Bahrudin & Zuhro, 2016; Deby, 2018; Putra, 2018)

Kisi-kisi instrumen yang digunakan yaitu dalam bentuk kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel kepuasan pelanggan. Beberapa alternatif jawaban dan skor untuk setiap item pernyataan berupa angka yang disediakan untuk mengolah setiap variabel dalam menganalisis data yang diperoleh. Alternatif jawaban berdasarkan skala *likert* antara lain sebagai berikut: Sangat Setuju (SS); Setuju (S); Ragu-ragu (RR); Tidak Setuju (TS); Sangat Tidak

Setuju (STS). Bentuk skala *likert* yang digunakan pada penelitian ini bersumber menurut Sugiyono (2013) yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 8 Skala Penelitian Instrumen Kepuasan Pelanggan

Pilihan	Positif (+)	Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu (RR)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Sugiyono (2013)

d. Validasi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Awal memulai dengan pengembangan instrumen berupa kuesioner dengan model skala *likert* yang mengacu pada model indikator variabel kepuasan pelanggan. Tabel 3.7 menunjukkan bahwa ide instrumen untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan. Kemudian, peneliti berkonsultasi dengan dosen pembimbing mengenai konsep instrumen variabel kepuasan pelanggan. Selanjutnya, setelah disetujui oleh dosen pembimbing mengenai konsep instrumen variabel kepuasan pelanggan peneliti mengujicobakan instrumen yang telah dibuat kepada 30 responden yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Proses validasi meliputi pemeriksaan data dari hasil uji coba instrumen, termasuk validasi disetiap item pernyataan menggunakan koefisien korelasi antara skor item dengan skor total instrumen.

Berikut ini rumus yang digunakan:

$$r_{it} = \frac{\sum XiXt}{\sqrt{\sum Xi^2 \sum Xt^2}}$$

Keterangan:

Rit = koefisien skor butir dengan skor total instrumen

Xi = deviasi skor butir Xi

Xt = deviasi skor butir Xt

Kriteria untuk $r_{tabel} = 0,361$ menetapkan batasan minimum untuk pernyataan dapat diterima. Bila nilai yang dihitung lebih besar dari 0,361 maksudnya pernyataan tersebut dinyatakan valid. Tetapi, bila nilai r pada saat dihitung kurang dari 0,361 sehingga pernyataan tersebut tidak valid sehingga pernyataan harus dibuang serta tidak diperkenankan terdapat dalam kuesioner.

Bersumber pada perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti pada dapat disimpulkan bahwa empat item pernyataan yang diperoleh merupakan valid. Selanjutnya, butir-butir pernyataan yang valid akan dihitung reabilitasnya dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum St^2}{St^2} \right]$$

Keterangan:

Rii = reabilitas instrumen

k = banyak butir pernyataan yang valid

$\sum St^2$ = jumlah varians butir

St^2 = varians skor total

Dimana varians butir dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$St^2 = \frac{\sum Xi - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

St^2 = varians butir

n = jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = jumlah data

Sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan peneliti di dapatkan hasil *Cronbach Alpha* sebesar 0,919. Variabel kepuasan pelanggan dengan empat item instrumen pernyataan dinyatakan reliabel, karena hasil yang diperoleh melebihi batas yang ditetapkan.

e. Teknik Pengukuran Data

Pengukuran data menggunakan skala *likert* 5 (lima) point. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu dari lima alternatif yang tersedia. Pengukuran dengan skala likert yang dapat digunakan adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 9 Skala Penilaian Instrumen

Pilihan	Positif (+)	Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu (RR)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Sugiyono (2013)

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer, dengan menyebarkan kuesioner. Dalam penelitian ini, kuesioner dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada responden yang berdomisili di Jakarta dan pernah mengunjungi *coffee shop* janji jiwa untuk bertransaksi minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir.

Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui google form. Selain itu, peneliti juga menggunakan data sekunder berupa informasi yang diperoleh melalui hasil riset yang dilakukan oleh snapcart, artikel, dan sumber referensi lainnya.

F. Teknik Analisis Data

Tujuan dari metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah dapat memastikan besarnya pengaruh secara langsung ataupun tidak langsung. Data diolah menggunakan software SPSS tipe 22. 0. Berikut langkah-langkah yang terdapat dalam menganalisis data.

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Gozali dalam Khafidurrohman et al., (2020) mengatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data antara variabel dependen dan independen apakah model ini terdistribusi normal atau tidak. Untuk melihat data yang dipakai terdistribusi normal atau tidak maka bisa memakai uji. Kolmogorov-Smirnov. Hipotesis penelitiannya adalah:

H_0 : artinya residual berdistribusi normal

H_a : artinya residual tidak berdistribusi normal

Kriteria pengambilan keputusan dengan uji statistik *Kolmogorov Smirnov* adalah sebagai berikut.

- 1) Jika signifikansi $\geq 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linier atau tidak. Asumsi kedua variabel ini menunjukkan bahwa untuk setiap persamaan regresi linier, hubungan antara variabel independen dan variabel dependen harus linier. Penyimpangan dari kriteria keputusan linier. Jika signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya variabel tersebut memiliki

hubungan yang linier (Priyatno, 2012). Hipotesis penelitiannya adalah:

Ho : artinya data tidak linier

Ha : artinya data linier

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi *deviation from linearity* $\geq 0,05$ maka Ho ditolak, artinya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah linier.
- 2) Jika signifikansi *deviation from linearity* $\leq 0,05$ maka Ho diterima, artinya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah tidak linier.

2. Mencari Persamaan Path Analysis

Analisis jalur adalah model perpanjangan yang digunakan untuk menguji keselarasan matriks korelasi dengan membandingkan dua atau lebih model kausal oleh peneliti. Dengan menggunakan korelasi, regresi dan jalur untuk menggunakan analisis jalur, terlihat bahwa untuk mencapai variabel dependen terakhir harus melalui jalur langsung atau variabel perantara.

Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel untuk memahami pengaruh langsung dan tidak langsung variabel independen (eksogen) dan variabel dependen (endogen). Selain itu model analisis jalur digunakan untuk menguji besaran kontribusi yang ditampilkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur

hubungan kausal antara variabel harga, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Langkah-langkah analisis jalur adalah sebagai berikut:

Harga = X_1

Kualitas Produk = X_2

Loyalitas Pelanggan = Y

Kepuasan Pelanggan = Z

a. Merumuskan hipotesis dari persamaan struktural:

$$Y = \rho_2 X_2 + \rho_3 X_1 + \rho_4 Z + \epsilon_2$$

b. Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi:

1) Menggambar diagram jalur dan merumuskan persamaan strukturnya

2) Menghitung koefisien regresi untuk struktur yang telah dirumuskan

3) Menghitung koefisien jalur secara individu

a) $H_0 : \rho_{zx1} = 0$ (harga tidak berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan)

$H_a : \rho_{zx1} > 0$ (harga berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan)

b) $H_0 : \rho_{zx2} = 0$ (kualitas produk tidak berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan).

$H_a : \rho_{zx2} > 0$ (kualitas produk berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan)

c) $H_0: \rho_{yx1} = 0$ (harga tidak berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan)

$H_a: \rho_{yx1} > 0$ (harga berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan)

d) $H_0: \rho_{yx2} = 0$ (kualitas produk tidak berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan)

$H_a: \rho_{yx2} > 0$ (kualitas produk berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan)

e) $H_0: \rho_{zy} = 0$ (kepuasan pelanggan tidak berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan)

$H_a: \rho_{zy} > 0$ (kepuasan pelanggan berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan)

4) Menghitung pengaruh tidak langsung dari harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Kemudian, untuk menentukan signifikansi analisis jalur bandingkan antara 0,05 dengan nilai probabilitas dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut.

a) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau $[Sig > 0,05]$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan

b) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai probabilitas Sig atau $[Sig < 0,05]$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

3. Uji Sobel

Dalam analisis jalur untuk mengetahui apakah pengaruh mediasi signifikan atau tidak, diuji dengan sobel test sebagai berikut:“ Apabila nilai kalkulasi Z lebih besar dari 1, 96, sehingga variabel mediasi dinilai secara signifikan memediasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat”. Uji sobal dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut (Ghozali, 2016).

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2SEa^2 + a^2SEb^2)}}$$

Keterangan:

- a = koefisien regresi variabel bebas terhadap mediasi.
- b = koefisien regresi variabel mediasi terhadap variabel terikat.
- Sea = standard error of estimation dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel mediasi.
- Seb = standard error of estimation dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel terikat.

4. Uji Koefisien

a. Koefisien korelasi

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan linier variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

(r) melambangkan korelasi *pearson product moment* dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari 1 ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$

artinya korelasinya negatif sempurna; $r = 0$ artinya tidak ada korelasi. Dan $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat.

Tabel 3. 10 Interpretasi Tingkat Korelasi

<u>Interval</u>	<u>Tingkat Hubungan</u>
0,00 -0,19	Sangat lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,59	Cukup kuat
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

b. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui *range* kemampuan model dalam menjelaskan perubahan variabel dependen, atau dengan kata lain dapat mengukur kemampuan model untuk dibuat mendekati fenomena aktual variabel dependen. R^2 juga mengukur seberapa besar variabel independen menjelaskan perubahan variabel dependen dalam penelitian ini. Standar uji statistik adalah sebagai berikut.

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

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $R^2 = 0$ maka model dikatakan buruk. Karena variabel bebas tidak bisa menjelaskan variasi perubahan variabel terikat
- 2) Jika $R^2 = 1$ kondisi seperti ini dalam hal tersebut sangat sulit diperoleh. Karena variabel bebas mampu menjelaskan variasi perubahan variabel terikat dengan sempurna.
- 3) Kecocokan model dapat dikatakan lebih baik apabila R^2 semakin dekat dengan 1.