

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2023 sampai dengan bulan November 2023 saat data diperoleh. Wilayah Jakarta menjadi lokasi pilihan peneliti untuk melakukan penelitian ini. Banyaknya kedai kopi bertema industrial di Jakarta menjadi alasan bagi peneliti dalam pemilihan lokasi ini.

3.2 Desain Penelitian

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penyusunan penelitian ini. Penelitian kuantitatif menurut Duli (2019) adalah suatu kegiatan yang melibatkan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data berdasarkan kuantitas untuk memecahkan suatu masalah atau menguji hipotesis guna mengembangkan prinsip-prinsip umum.

Metode survei menjadi metode yang diaplikasikan dalam penyusunan penelitian ini. Dimana metode survei sebagai kegiatan mengumpulkan data, kemudian sampel dari data tersebut dapat mewakili populasi tertentu sesuai dengan kepentingan penelitian untuk mengetahui siapa mereka, apa yang dipikirkan, rasakan serta lakukan melalui kuesioner dan wawancara sampel (Islamy, 2019). Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden secara online dalam mengumpulkan data untuk kepentingan penelitian.

Penelitian ini menguji hipotesis juga implikasi antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun variabel bebas yang diuji dalam penelitian ini yaitu *product quality* (X_1), *perceived price* (X_2) dan *store atmosphere* (X_3), dan *customer satisfaction* (Y). Sedangkan variabel terikat yang diuji dalam penelitian ini yaitu *customer satisfaction* (Y) dan *customer loyalty* (Z).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Hernaeny (2021) berpendapat tentang peranan populasi yaitu sebagai objek penelitian yang berada di wilayah dengan persyaratan tertentu, kemudian akan dijadikan sumber bahan penelitian. Seluruh pengunjung kedai kopi bertema industri di Jakarta yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian menjadi populasi sasaran penelitian ini. Karena ketidakpastian berapa banyak populasi dengan tepat, membuat peneliti memutuskan untuk menggunakan populasi tak terbatas.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau perwakilan yang disaring dari populasi dan mempunyai ciri-ciri serupa (Hernaeny, 2021). Strategi pengambilan sampel penelitian ini memadukan pendekatan *purposive sampling* dengan *nonprobability sampling*. Untuk memilih sampel dengan menggunakan *purposive sampling*, populasi harus dievaluasi kemudian mengeliminasi yang tidak sesuai dengan persyaratan

(Lenaini, 2021). Alasan penggunaan metode *sampling* tersebut dikarenakan peneliti ingin memperoleh informasi dari sampel yang benar-benar memenuhi karakteristik atau kriteria sesuai dengan penelitian. Penelitian ini memerlukan karakteristik sampel seperti di bawah:

- 1) Telah mengunjungi dan tentunya melakukan pembelian setidaknya tiga kali dalam tiga bulan terakhir di kedai kopi lokal bertema industri.
- 2) Berdomisili di DKI Jakarta.
- 3) Berusia minimal 17 Tahun.

Penetapan batasan usia dikarenakan responden dianggap sudah dewasa pada usia tersebut dan mampu mengambil keputusan yang tepat, sehingga diperoleh jawaban representatif. Selain itu, coffee shop didominasi oleh pengunjung dengan rentang usia 17-35 tahun (Pergikuliner.com, 2021).

Peneliti tidak dapat mengetahui jumlah pasti populasi. Keseluruhan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berpatokan pada buku Hair et al. (2019), yang memberikan rekomendasi sebagai berikut:

- a. Teknik estimasi *Maximum Likelihood* (ML) berukuran 100-200 sampel.

- b. Tergantung pada jumlah indikator setelah estimasi, pedoman berikutnya adalah lima sampai sepuluh kali lipat jumlah parameter yang diestimasi
- c. Besarnya sampel ditentukan dengan mengalikan jumlah variabel indikator pembentukan dengan 5 sampai 10, tergantung berapa banyak indikator yang digunakan dalam variabel pembentukan. Misalnya, jika 20 indikator yang digunakan, ukuran sampelnya adalah 100–200.
- d. Dapat memilih teknik estimasi tertentu apabila sampelnya dirasa sangat besar.

Dalam menentukan jumlah calon responden, peneliti menggunakan rumus sebagai berikut:

$$N = (\text{Jumlah indikator} + \text{jumlah variabel laten}) \times (5 \text{ sampai } 10 \text{ kali})$$

$$N = (30+5) \times 5$$

$$N = 175$$

Sesuai dengan hasil perhitungan pada rumus di atas, diperlukan sampel minimal 175 responden untuk penelitian ini. Akan tetapi, untuk meminimalisir timbulnya kesalahan sampel yang diambil karena penggunaan pendekatan analisis SEM, peneliti memerlukan minimal 200 responden.

3.4 Pengembangan Instrumen

Variabel yang akan diuji oleh peneliti terbagi menjadi dua kategori seperti berikut:

a. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dependent Variable dihasilkan atau dipengaruhi oleh *independent variable* (Purwanto, 2019). Studi ini menggunakan dua variabel terikat yaitu: kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas pelanggan (Z).

b. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas menjadi penyebab atau berpotensi memicu variabel lainnya (Purwanto, 2019). *Independent Product quality* (X_1), *perceived price* (X_2), *store atmosphere* (X_3), dan *customer satisfaction* (Y) berperan sebagai *independent variable* yang akan diuji.

Berikut kelima variabel yang akan diuji oleh peneliti menggunakan alat uji yang telah ditetapkan.

3.4.1 *Product Quality* (X_1)

Kualitas produk (X_1) berperan sebagai variabel bebas yang akan diuji peneliti. Berdasarkan temuan sebelumnya, diperoleh beberapa indikator *product quality* yang telah diadaptasi pada tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Operasional Variabel *Product Quality*

Nomor	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
1	<i>The food looks attractive to me.</i>	Produk yang dijual <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial memiliki tampilan yang menarik.	(Zhong & Moon, 2020)
2	<i>The food served in this fast-food restaurant tastes good.</i>	Produk yang dijual <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial memiliki rasa yang baik.	(Carranza et al., 2018)

Nomor	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
3	<i>The food in this fast-food restaurant smells great.</i>	Produk yang dijual <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial memiliki aroma yang enak.	(Carranza et al., 2018)
4	<i>Considering price, the amount of food is what I expected</i>	Mempertimbangkan harga, produk yang dijual <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial sesuai dengan ekspektasi saya.	(Carranza et al., 2018)
5	<i>The food sold has a nice texture</i>	Makanan yang dijual <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial memiliki tekstur yang bagus.	(Suhud et al., 2020)
6	<i>The food sold vary.</i>	Produk yang dijual <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial bervariasi.	(Suhud et al., 2020)

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.4.2 Perceived Price (X₂)

Perceived price (X₂) menjadi salah satu variabel bebas yang diuji dalam penelitian ini. Berdasarkan penelitian sebelumnya, diperoleh beberapa indikator *perceived price* yang telah diadaptasi pada tabel 3.2 di bawah ini.

Tabel 3.2 Operasional Variabel *Perceived Price*

Nomor	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
1	<i>The price of the fast food is reasonable.</i>	Harga yang dikenakan <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial masuk akal.	(Zhong & Moon, 2020)
2	<i>The prices of the fast food is fair.</i>	Harga yang dikenakan <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial adil.	(Zhong & Moon, 2020)
3	<i>The price of the fast food is affordable.</i>	Harga yang dikenakan <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial terjangkau.	(Zhong & Moon, 2020)
4	<i>The prices in this restaurant are an acceptable level</i>	Harga pada <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial berada di tingkat yang dapat diterima.	(Cakici et al., 2019)
5	<i>The price does not disappoint Me</i>	Harga pada <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial tidak mengecewakan.	(Simbolon, 2019)
6	<i>Price matches with what customers get</i>	Harga yang saya bayar sesuai dengan apa yang saya dapat dari <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial.	(Arifin et al., 2020)

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.4.3 Store Atmosphere (X₃)

Store atmosphere (X₃) menjadi salah satu variabel bebas yang diuji dalam penelitian ini. Berdasarkan penelitian sebelumnya, diperoleh beberapa indikator *store atmosphere* yang telah diadaptasi pada tabel 3.3 berikut.

Tabel 3.3 Operasional Variabel Store Atmosphere

Nomor	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
1	<i>The restaurant environment is clean.</i>	Lingkungan di <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial bersih.	(Zhong & Moon, 2020)
2	<i>The temperature in the restaurant is comfortable.</i>	Suhu di <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial nyaman.	(Zhong & Moon, 2020)
3	<i>There are no unpleasant odors, and the fast-food restaurant is clean..</i>	Tidak ada bau yang tidak sedap, dan <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial bersih.	(Carranza et al., 2018)
4	<i>The fast-food restaurant's ambiance allows for conversation.</i>	Suasana <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial memungkinkan terjadinya percakapan.	Carranza et al., 2018)
5	<i>The seating arrangement of the fast-food restaurant provides with adequate space.</i>	Penataan tempat duduk <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial menyediakan ruang yang memadai.	Carranza et al., 2018)
6	<i>The interior and exterior décor of the fast-food restaurant is enjoyable</i>	Dekorasi interior dan eksterior <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial menyenangkan.	Carranza et al., 2018)

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.4.4 Customer Satisfaction (Y)

Customer satisfaction (Y) berperan sebagai salah satu variabel terikat yang diuji. Berdasarkan penelitian sebelumnya, diperoleh beberapa indikator *customer satisfaction* yang telah diadaptasi pada tabel 3.4 berikut.

Tabel 3.4 Operasional Variabel *Customer Satisfaction*

Nomor	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
1	<i>The overall experience of this fast-food restaurant is satisfying.</i>	Pengalaman keseluruhan pada <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial memuaskan.	(Zhong & Moon, 2020)
2	<i>This restaurant meets most of my expectations.</i>	<i>Coffee shop</i> lokal berkonsep industrial memenuhi sebagian besar harapan saya.	Zhong & Moon, 2020)
3	<i>The café gives overall satisfaction and good experience.</i>	<i>Coffee shop</i> lokal berkonsep industrial memberikan kepuasan dan pengalaman yang baik.	(Sitinjak et al., 2019)
4	<i>I am pleased to have visited.</i>	Saya senang telah mengunjungi <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial.	(Sitinjak et al., 2019)
5	<i>My overall evaluation of this fast-food restaurant is good.</i>	Penilaian saya secara keseluruhan terhadap <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial bagus.	(Carranza et al., 2018)
6	<i>Overall, I am satisfied with my favorite coffee shop.</i>	Secara keseluruhan, saya puas dengan <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial favorit saya.	(Kim et al., 2018)

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.4.5 *Customer Loyalty (Z)*

Customer loyalty (Z) menjadi variabel bebas sekaligus variabel terikat yang diuji dalam penelitian ini. Berdasarkan penelitian sebelumnya, diperoleh beberapa indikator *customer loyalty* yang telah diadaptasi pada tabel 3.5 berikut.

Tabel 3.5 Operasional Variabel *Customer Loyalty*

Nomor	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
1	<i>I intend to continue choosing this restaurant.</i>	Saya berniat untuk terus memilih <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial.	(Cakici et al., 2019)
2	<i>I intend to use this hotel more often in the near future.</i>	Saya berniat untuk mengunjungi <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial lebih sering dalam waktu dekat.	(Cheng et al., 2019)
3	<i>I would continue visiting this restaurant in the future.</i>	Saya akan terus mengunjungi <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial di masa depan.	(Uddin, 2019)
4	<i>I would recommend this restaurant to someone else.</i>	Saya akan merekomendasikan <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial kepada orang lain.	(Uddin, 2019)

Nomor	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
5	<i>I would consume varieties of the food items mentioned in the menu of this restaurant.</i>	Saya akan mencoba berbagai menu yang ditawarkan <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial.	(Uddin, 2019)
6	<i>For me, this restaurant is the best alternative.</i>	Bagi saya, <i>coffee shop</i> lokal berkonsep industrial adalah alternatif terbaik.	(Uddin, 2019)

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses mencari dan mengambil data yang diperlukan untuk dianalisis guna memecahkan permasalahan penelitian (Bahrin et al., 2018). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari pihak pertama atau responden. Peneliti memperoleh data primer tersebut melalui penyebaran kuesioner kepada para responden. Menurut Dewi dan Sudaryanto (2020) kuesioner merupakan alat ukur yang digunakan peneliti untuk mengukur suatu peristiwa. Partisipan dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen yang berusia minimal 17 tahun, berdomisili di DKI Jakarta, dan pernah mengunjungi serta membeli produk di kedai kopi lokal bertema industri sekurang-kurangnya tiga kali dalam tiga bulan sebelumnya.

Dalam penelitian ini respon kuesioner diukur menggunakan skala likert. Menurut Putera dan Sugianto (2021) untuk menghindari jawaban yang mengambang dari responden, maka tidak dianjurkan memberi opsi jawaban tengah atau netral. Untuk menghindari kesulitan dalam mengumpulkan informasi, peneliti menggunakan skala likert dengan enam pilihan berikut.

Tabel 3.6 Skala Pengukuran

No	Alternatif Pilihan Jawaban	Kode	Item
1	Sangat Setuju	SS	6
2	Setuju	S	5
3	Sedikit Setuju	SDS	4
4	Sedikit Tidak Setuju	SDTS	3
5	Tidak Setuju	TS	2
6	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Haifa et al., 2022)

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses menginterpretasikan informasi yang dikumpulkan dan diolah sedemikian rupa untuk memperoleh jawaban terkait dengan rumusan masalah penelitian serta membuktikan hipotesis yang diajukan oleh peneliti (Bahrun et al., 2018). *Structural Equation Modeling* (SEM) menjadi metode analisis data yang peneliti gunakan, sedangkan *Analysis of Moment Structure* (AMOS) dan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) menjadi perangkat yang digunakan untuk mengolah data.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Gambaran umum mengenai data, meliputi rata-rata (*mean*), total (*sum*), simpangan baku (*standard deviasi*), varian (*variance*), jarak (*range*), nilai minimum serta maksimum dan lain sebagainya, dimaksudkan untuk analisis deskriptif sesuai tanggapan responden terhadap kuesioner penelitian (Bahrun et al., 2018). Penyajian data dengan analisis deskriptif menggunakan tabel atau grafik. Sementara untuk perhitungan datanya memakai frekuensi juga persentase.

3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas merupakan proses pengukuran keakuratan setiap butir pertanyaan atau pernyataan atas kuesioner yang digunakan dalam penelitian (Darma, 2021). Apabila pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner menunjukkan sesuatu yang dapat diukur dalam kuesioner, maka kuesioner tersebut valid. Peneliti menggunakan analisis faktor untuk memverifikasi valid atau tidaknya kuesioner tersebut. Analisis Faktor Eksplorasi adalah analisis faktor yang digunakan dalam penelitian ini. Keseluruhan sampel yang digunakan untuk penelitian merujuk pada uji ini. Karena jumlah minimal sampel sebanyak 200 responden, maka *factor loading* sebesar 0,40. Apabila pengujian menghasilkan nilai signifikansi kurang dari 0,40, maka butir pernyataan dianggap tidak valid. Namun, item pernyataan dapat dijelaskan ke langkah selanjutnya apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,40 karena dianggap sudah valid (Hair et al., 2019).

Uji Reliabilitas dapat menggambarkan sejauh mana hasil pengukuran yang digunakan dapat diandalkan dan dipastikan tidak ada kesalahan dalam pengukuran, tujuannya untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan reliabel atau tidak (Darma, 2021). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian. Terdapat kriteria pengujian di dalam buku yang ditulis oleh (Darma, 2021) yaitu sebagai berikut:

- a. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* melebihi taraf signifikan penelitian yaitu sebesar 0,70.
- b. Instrumen dianggap tidak reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* lebih rendah dari tingkat signifikansi penelitian yaitu sebesar 0,70.

3.6.3 Uji Kelayakan Model

Peneliti menggunakan teknik analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) untuk menguji kelayakan model dalam penelitian ini. Tujuan penggunaan teknik analisis SEM informasi yang peneliti dapatkan akurat mengenai hubungan antar variabel serta komponen penyusun variabel yang diuji dalam penelitian ini. Sementara perangkat lunak yang digunakan untuk pengolahan data yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 29 dan AMOS versi 26. Untuk menentukan diterima atau tidaknya model penelitian ditentukan dengan beberapa kriteria sebagai berikut (Haryono, 2016).

- a. *Chi-square*

Jika nilai signifikansi probabilitas ($p \geq 0,05$) lebih tinggi dari nilai *cut off* dan hasil *chi-square* hasilnya rendah, setelah itu model yang diuji dianggap memadai atau memuaskan

- b. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

Kesesuaian model harus dievaluasi menggunakan indeks ini. Model yang dapat diterima ditunjukkan dengan nilai RMSEA yang kurang dari 0,08.

c. GFI (*Goodness of Fit Index*)

Proporsi varians matriks kovariansi sampel ditentukan oleh indeks ini. Kesesuaian yang lebih baik ditunjukkan dengan nilai yang tinggi pada indeks ini, yang memiliki nilai perkiraan antara nol dan satu. Kualitas model meningkat seiring dengan mendekati nilai GFI satu ($\geq 0,90$).

d. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

Nilai GFI yang telah dimodifikasi untuk memperhitungkan derajat kebebasan, menjadi dasar indeks ini. Sama atau $\geq 0,90$ adalah nilai yang disarankan.

e. CMIN/DF (*Degree of Freedom*)

Satu metrik untuk menilai tingkat kesesuaian model. Hasil statistik *chi-square* dipecah berdasarkan *Degree of Freedom* (DF). Model fit ditunjukkan dengan nilai CMIN/DF yang diharapkan kurang dari 2,00.

f. TLI (*Tucker Lewis Index*)

Gambar yang membedakan model yang diuji dengan model referensi. Nilai yang mendekati 0,1 menunjukkan kesesuaian yang sangat baik, dan nilai yang diharapkan adalah $\geq 0,95$.

g. CFI (*Comparative Fit Index*)

Untuk menilai penerimaan suatu model, CFI adalah metrik yang sangat berguna karena tidak bergantung pada ukuran sampel.

Derajat kecocokan terbesar ditunjukkan jika mendekati 1, diisarankan menggunakan $CFI \geq 0,95$.

Setelah melakukan uji kecocokan dengan *asolute fit indicates* dan *incremental fit indicates*, selanjutnya melakukan *parsimonius fit measure* dengan tujuan untuk memodifikasi metrik kesesuaian model penelitian yang dapat diobservasi. Tabel 3.7 di bawah mencantumkan kriteria goodness of fit indices untuk menguji hipotesis penelitian.

Tabel 3.7 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut off Value</i>
<i>Chi-square</i>	Diharapkan kecil
<i>Significant Probability</i>	$\geq 0,05$
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$
<i>GFI</i>	$\geq 0,90$
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$
<i>CMIN/DF</i>	$\leq 2,00$
<i>TLI</i>	$\geq 0,95$
<i>CFI</i>	$\geq 0,95$

Sumber: (Haryono, 2016)

3.6.4 Uji Hipotesis

Tujuan pengujian ini adalah untuk menunjukkan tingkat signifikansi korelasi antar variabel. Hipotesis dianggap diterima jika hasil *p-value* di bawah 0,05 dan hasil *Critical Ratio* (CR) melebihi 1,96. Teori-teori diuji memakai teknik analisis SEM (*Structural Equation Modeling*). AMOS dan SPSS versi 29 dan 26 masing-masing adalah program yang digunakan untuk memproses data. Alasan penggunaan kedua perangkat lunak tersebut dikarenakan mudah dalam penggunaannya dan dapat diunduh secara gratis.