

## **BAB III**

### **OBJEK DAN DESAIN PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini dapat dilihat dari variabel yang diteliti. Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu Manajemen Mutu Layanan (X) sebagai variabel bebas atau independen dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat atau dependen.

Di dalam penelitian ini, responden yang diperlukan adalah pelanggan yang telah merasakan dan memanfaatkan mutu layanan dari *Coffee Shop* di Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung.

#### **3.2. Desain Penelitian**

##### **3.2.1. Metode Penelitian**

Menurut Steven & Thurlow (2010) (dalam Sugiyono, 2023, hlm. 2) menyatakan bahwa penelitian adalah cara sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan data dan mempresentasikan hasil tersebut. Masih sama (dalam Sugiyono, 2023, hlm.2) menyatakan bahwa metode penelitian adalah proses kegiatan yang dilakukan dalam bentuk pengumpulan data, analisis, dan memberikan interpretasi mengenai pada tujuan penelitian (Creswell, 2014).

Adapun untuk metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif adalah metode yang dilakukan dengan cara memilih data yang penting, baru, unik, dan terkait dengan rumusan masalah atau pertanyaan yang ada di dalam penelitian. Dalam menganalisisnya didasarkan pada seluruh data yang terkumpul. (Sugiyono, 2023, hlm.357) sedangkan Metode verifikatif menurut Sugiyono (2019) merupakan suatu metode yang

digunakan dalam penelitian melalui pembuktian dengan tujuan untuk dapat menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistik sehingga dapat memperoleh hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak ataupun diterima

Kemudian, Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan bertujuan untuk dapat menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2023, hlm.16-17).

Adapun metode pengambilan data yang dilakukan pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei. Menurut Sugiyono (2023) metode *survei* digunakan pada penelitian guna untuk mendapatkan data dari suatu tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), namun peneliti dapat melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misalnya dengan melakukan sebar kuesioner. Metode survei merupakan penelitian yang menggunakan metode yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, namun data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil berdasarkan populasi tersebut. Hal ini ditujukan untuk dapat menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2023, hlm.56).

Pada intinya, pengambilan data dengan metode penelitian *survei* merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini mengenai keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel, dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil berdasarkan populasi tertentu, teknik pengumpulan datanya pun dengan pengamatan melalui kuesioner yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Penelitian ini dilaksanakan di *Coffee Shop* Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung dan menghasilkan data kuantitatif yang akan dianalisis oleh peneliti secara deskriptif.

### 3.2.2. Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2023) Kata “variabel” hanya ada pada penelitian kuantitatif dikarenakan penelitian kuantitatif memiliki pandangan bahwa gejala dapat diklasifikasikan menjadi variabel-variabel. Secara teoritis, variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek yang memiliki variasi antara satu orang dengan yang lainnya atau satu objek dengan objek yang lainnya (Hatch & Farhady) (dalam Sugiyono, 2023, hlm.67).

Pada dasarnya variabel dalam penelitian memiliki posisi yang sangat penting yakni sebagai objek penelitian. Tidak terdapat penelitian yang melibatkan variabel. Banyaknya jumlah variabel dalam suatu penelitian tidak dapat menjadi indikator dari baik atau buruknya mutu suatu penelitian. Namun, banyaknya variabel akan menjadikan sebagai suatu model penelitian yang dapat menunjukkan kompleksitas berpikir bagi peneliti dalam melihat suatu permasalahan. Dengan demikian, variabel penelitian merupakan setiap gejala atau permasalahan yang diamati dan dapat menjadi fokus penelitian.

Menurut Kerlinger (1973) (dalam Sugiyono, 2023, hlm.67), variabel dapat didefinisikan sebagai suatu konstruk (*constructs*) yang akan dipelajari. Sedangkan menurut Sugiyono (2013, hlm.38) sendiri, bahwa variabel penelitian pada dasarnya ialah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari sehingga akan dapat memperoleh informasi mengenai hal tersebut, kemudian dapat mengetahui kesimpulannya.

Variabel penelitian merupakan suatu komponen yang sudah ditentukan oleh seorang peneliti dengan tujuan untuk diteliti untuk

mendapatkan jawaban yang sudah dirumuskan sebelumnya yaitu berupa kesimpulan dari penelitian. Selain itu, variabel juga menjadi komponen utama dalam suatu penelitian dikarenakan variabel ini berperan sebagai objek utama dalam penelitian. Oleh karena itu, untuk menentukan variabel didukung dengan dukungan teoritis yang jelas melalui hipotesis penelitian.

Sejalan dengan judul penelitian ini yang dibuat oleh peneliti yaitu Pengaruh Manajemen Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Coffee Shop* Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung. Maka peneliti dapat mengelompokkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independen atau bebas (X) yaitu Manajemen Mutu Layanan dan variabel dependen (Y) atau terikat yaitu Kepuasan Pelanggan.

Menurut Sugiyono (2013, hlm.39) memiliki penjabaran mengenai kedua variabel tersebut. Penjabaran tersebut dapat dijelaskan seperti berikut ini:

1. Variabel Bebas / *Independent Variable* (X)

Variabel ini dapat disebut juga sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia, variabel sering disebut sebagai variabel bebas. Di mana merupakan variabel yang dapat memengaruhi atau yang akan menjadi sebab adanya perubahan atau timbulnya variabel terikat (*independent variable*).

2. Variabel Terikat / *Dependent Variable* (Y)

Variabel ini dapat disebut juga sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia, variabel ini sering disebut sebagai variabel terikat. Di mana merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang akan menjadi akibat dikarenakan adanya variabel bebas.

Menurut Sugiyono (2013, hlm.38) operasional variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai baik dari orang, obyek, maupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Definisi operasional variabel adalah Batasan dan cara pengukuran variabel yang akan diteliti oleh peneliti. Oleh karena itu, operasional

variabel harus disusun dalam bentuk matriks yang memiliki isi yaitu nama variabel, deskripsi variabel, alat ukur, dan skala ukur yang akan digunakan (nominal, ordinal, interval, dan rasio). Hal ini menunjukkan jika operasional variabel dibuat untuk memudahkan dan menjaga tingkat konsistensi saat kegiatan pengumpulan data, menghindari adanya perbedaan interpretasi serta adanya membatasi ruang lingkup dari variabel yang ada pada penelitian ini terbagi menjadi dua variabel yaitu Manajemen Mutu Layanan sebagai variabel bebas / *independent variable* (X) dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat / *dependen* (Y). Sehingga, bentuk dari operasionalisasinya ialah sebagai berikut ini.

### 3.2.2.1. Operasional Variabel (X) Manajemen Mutu Layanan

*Perceived Quality* atau Persepsi Kualitas menurut Aaker (1997) (dalam Kurniawan, 2020, hlm.28) dapat didefinisikan sebagai persepsi pelanggan baik terhadap keseluruhan kualitas maupun keunggulan suatu produk maupun layanan yang berkaitan dengan apa yang diinginkan serta diharapkan oleh pelanggan. Aaker (1997) juga menegaskan yaitu bahwa membahas *perceived quality* berarti juga akan membahas keterlibatan dan kepentingan pelanggan. Artinya, *perceived quality* merupakan persepsi pelanggan mengenai kualitas yang didapatkan oleh pelanggan dari suatu produk baik barang maupun layanan.

Manajemen mutu layanan didasarkan pada indikator yang terdapat pada suatu karakteristik produk yang dikaitkan dengan suatu keandalan atau kinerja seperti layanan yang diberikan (Kotler, 2012). Terdapat 5 (lima) indikator pokok dari kualitas layanan yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya (Parasuraman, et al., 1988) (dalam Tjiptono & Chandra, 2007, hlm 133-134) yang dipergunakan untuk dapat memahami harapan dan persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan tersebut adalah seperti berikut ini.

- 1) Keandalan (*Reliability*), indikator ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk dapat memberikan layanan yang optimal sejak

pertama kali tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan layanan yang sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Kemudian, kehandalan ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan secara andal dan akurat. Kehandalan (*reliability*) merupakan kemampuan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Atribut yang terdapat dalam indikator kehandalan (*reliability*) ini seperti memberikan pelayanan sesuai janji, pertanggungjawaban tentang penanganan pelanggan mengenai masalah pelayanan dan memberikan pelayanan dengan tepat waktu (Kotler & Keller dalam Kaengke, et al., 2022, hlm.272).

- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk dapat membantu para pelanggan dalam memberikan respons serta menginformasikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat. Daya tanggap ini dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Termasuk di dalamnya jika terdapat kegagalan atau keterlambatan dalam penyedia layanan agar berusaha untuk memperbaiki atau meminimalkan kerugian pelanggan dengan segera.
- 3) Jaminan (*Assurance*), yaitu berkaitan dengan perilaku para karyawan perusahaan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan sehingga perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan (*assurance*) merupakan pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopanan-santunan karyawan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan pelayanan dan kemampuan untuk menanamkan kepercayaan serta keyakinan pelanggan terhadap perusahaan. Misalnya karyawan dapat bersikap sopan dan mampu dalam menguasai pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan untuk dapat

menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Dalam hal ini memiliki arti bahwa karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman kepada pelanggan (Kotler & Keller dalam Kaengke, et al., 2022, hlm.272). Jadi, dengan adanya kepercayaan yang diberikan terhadap pelanggan dengan timbulnya rasa aman, maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan perusahaan.

- 4) Empati (*Empathy*), indikator ini memiliki arti bahwa perusahaan dapat memahami masalah para pelanggannya dan dapat bertindak untuk kepentingan pelanggannya serta mampu untuk memberikan perhatian khusus secara personal kepada para pelanggannya. Empati (*empathy*) merupakan syarat untuk peduli dan memberikan perhatian bagi pelanggan. Perusahaan mampu memahami permasalahan para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta dapat memberikan perhatian personal kepada para pelanggannya dan memiliki jam operasi atau kegiatan yang nyaman (Kotler & Keller dalam Kaengke, et al., 2022, hlm.272).
- 5) Bukti Fisik (*Tangibles*), berkaitan dengan daya Tarik fasilitas, fisik, dan perlengkapan yang digunakan oleh perusahaan serta penampilan bagi karyawannya. Bukti fisik (*tangibles*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak luar. Dalam hal ini, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik suatu perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan. Bukti fisik tersebut dapat meliputi penampilan fisik, peralatan, karyawan, mekanik, media komunikasi dan teknologi yang dapat dipergunakan dalam memberikan pelayanan.

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel X (Manajemen Mutu Layanan)**

Variabel	Indikator	Ukuran Pertanyaan	Skala Pengukuran	No Item	
<b>Manajemen Mutu Layanan (X)</b>	1. Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Tingkat kesediaan karyawan dalam menyajikan makanan dan minuman dengan cepat	Interval	1	
		merupakan persepsi pelanggan mengenai kualitas yang didapatkan oleh pelanggan dari suatu produk baik barang maupun layanan		Tingkat kesediaan karyawan waktu dalam melakukan perhitungan transaksi saat pelanggan melakukan pesanan secara akurat	2
		Tingkat kesediaan karyawan dalam memberikan penyelesaian dan		3	

Lusiana Brilliant Imani, 2024

*PENGARUH MANAJEMEN MUTU LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP SECANGKIR TEMU CABANG SARIKASO BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		penanganan pelayanan dengan cepat	
	2. Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Tingkat kesediaan karyawan dalam melayani dengan sigap	4
		Tingkat kesediaan karyawan dalam memberikan tanggapan atas permasalahan	5
		Tingkat kesediaan karyawan dalam membuat pelanggan tidak mengantri saat memesan makanan dan minuman	6
	3. Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Tingkat pengetahuan karyawan	7

		mengenai menu di Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung		
		Tingkat keramahan dan kesopanan karyawan dalam berkomunikasi dengan pelanggan		8
		Tingkat keakuratan karyawan dalam memberikan informasi mengenai produk yang dijual		9
	4. Empati ( <i>Empathy</i> )	Tingkat kepedulian karyawan dalam membantu pelanggan		10

		dalam memilih menu		
		Tingkat adanya perhatian yang tulus tanpa membedakan pelanggan yang dilakukan oleh karyawan Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung		11
		Tingkat ketersediaan karyawan dalam memberikan perhatian secara khusus kepada pelanggan		12
	5. Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	Tingkat ketersediaan karyawan dalam berpenampilan bersih dan rapi		13
		Tingkat ketersediaan		14

		Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung dalam memberikan fasilitas yang nyaman	
		Tingkat ketersediaan Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung dalam memberikan fasilitas yang sudah sesuai dengan keinginan pelanggan	15

### 3.2.2.2. Operasional Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan

Menurut Hawkins & Lonney dikutip dari Tjiptono (2004) (dalam Imansyah & Irawan, 2018), terdapat 3 (tiga) indikator dari Kepuasan Pelanggan yang terdiri atas:

#### 1. Kesesuaian Harapan

Indikator ini berkenaan dengan tingkat antara kesesuaian yang terjadi antara kinerja produk yang diharapkan dengan apa yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan atau memanfaatkan

produk tersebut. Hal ini dapat meliputi produk yang diperoleh oleh pelanggan dapat sesuai atau bahkan lebih dari apa yang diharapkan oleh pelanggan, pelayanan yang diberikan oleh karyawan di suatu perusahaan pada pelanggan ini dapat sesuai atau melebihi dengan apa yang diharapkan pelanggan, serta adanya fasilitas penunjang atau pendukung yang dapat diperoleh oleh pelanggan secara sesuai atau dapat melebihi dengan apa yang diharapkan pelanggan.

## 2. Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung Kembali merupakan indikator yang berkaitan dengan kesediaan pelanggan untuk dapat kembali pada perusahaan dalam rangka berkunjung bahkan melakukan pembelian ulang pada produk tersebut. Hal ini dapat meliputi pengunjung berminat untuk kembali berkunjung kepada perusahaan dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan di perusahaan tersebut dirasa dapat memuaskan, dan dapat dikarenakan nilai ataupun manfaat yang diperoleh setelah pelanggan menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut serta adanya fasilitas penunjang atau pendukung yang disediakan oleh perusahaan dengan memadai.

## 3. Kesediaan Untuk Merekomendasikan

Indikator ini merupakan indikator yang memiliki isi di mana pelanggan memiliki kesediaan dalam merekomendasikan produk yang telah di rasakan nilai ataupun manfaatnya kepada baik teman maupun keluarga. Hal ini meliputi pelanggan dapat menyarankan teman ataupun kerabat untuk dapat membeli produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan dikarenakan pelayanan yang diberikan itu memuaskan, fasilitas penunjang atau pendukung yang disediakan oleh perusahaan dengan memadai serta dikarenakan nilai ataupun manfaat setelah menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut.

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)**

Variabel	Indikator	Ukuran Pertanyaan	Skala Pengukuran	No Item
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>  adalah perasaan senang ataupun kecewa dari seseorang yang timbul atau hadir dikarenakan membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi seseorang tersebut  Kotler, et al. (2004) dalam Fandy Tjiptono (2016, hlm 207).	1. Kesesuaian Harapan	Tanggapan pelanggan mengenai tingkat kesesuaian harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung	Interval	1
		Pelanggan merasa puas dengan fasilitas yang diberikan Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung		2
		Pelanggan merasa puas		3

Lusiana Brilliant Imani, 2024

*PENGARUH MANAJEMEN MUTU LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP SECANGKIR TEMU CABANG SARIKASO BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		pada desain interior dan eksterior Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung	
	2. Minat Berkunjung Kembali	Pelanggan berpikir untuk dapat berkunjung kembali karena merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung	4
		Pelanggan berpikir untuk dapat berkunjung kembali karena merasa puas terhadap kebersihan dan kerapian Secangkir	5

		Temu Cabang Sarikaso Bandung		
		Pelanggan berpikir untuk dapat berkunjung kembali karena kenyamanan suasana yang diberikan oleh Secangkir Temu Cabang Sarikaso		6
	3. Kesiadaan Untuk Merekomendasikan	Tanggapan pelanggan untuk mereferensikan kepada teman karena perasaan puas terkait layanan saat berkunjung di Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung		7
		Tanggapan pelanggan		8

		<p>untuk  merefrensikan  kepada  keluarga  karena  perasaan puas  terkait layanan  saat  berkunjung di  Secangkir  Temu Cabang  Sarikaso  Bandung</p>		
--	--	---	--	--

### 3.2.3. Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.2.4.1. Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, populasi dalam kuantitatif merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek di mana memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dapat ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2023, hlm.285). Kemudian, Menurut Corper, et al (dalam Sugiyono, 2023, hlm.126) populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi ini merupakan keseluruhan subyek yang akan diukur dan unit yang akan diteliti. Sedangkan, menurut Sugiyono (2023) sendiri populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, melainkan juga obyek dan beda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah pada obyek maupun subyek

yang dipelajari, namun meliputi karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.

Pada penelitian ini jumlah populasi yang digunakan adalah total rata-rata dari pelanggan per hari periode 6 (enam) bulan terakhir dimulai pada September 2023 sampai dengan Februari 2024 yang berkunjung dan menikmati produk dan layanan yang diberikan oleh Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung. Total dari rata – rata pelanggan per hari periode 6 (enam) bulan tersebut berjumlah 162 pelanggan. Data ini diperoleh oleh peneliti dari *Finance Manager* (FM) pada saat melakukan pra penelitian (Maret 2024) di Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung.

#### 3.2.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2023, hlm.285), sampel dalam kuantitatif memiliki arti ialah sebagian dari populasi tersebut. Selain itu, masih dengan pendapat dari Sugiyono (2023, hlm.127) bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Adapun teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018, hlm.138) *Purposive Sampling* merupakan teknik dalam penentuan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Alasan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* adalah peneliti menggunakan kriteria tertentu yang diinginkan yaitu hanya pada pelanggan yang telah merasakan layanan yang diterima saat telah memanfaatkan layanan di Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung.

Selanjutnya, penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan Rumus Slovin. Rumus Slovin merupakan formula yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel minimal jika perilaku sebuah populasi tersebut belum

diketahui secara pasti (Menurut Aloysius, et al., 2021, hlm. 27-28). Berikut di bawah ini merupakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

- $n$  : Jumlah sampel yang diperlukan  
 $N$  : Jumlah populasi  
 $e$  : Batas toleran (tingkat kesalahan yang diambil dalam *Sampling* ini adalah 5%)

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan penarikan sampel dengan menggunakan rumus tersebut di mana berdasarkan populasi yang ada yaitu jumlah pelanggan yang berkunjung, maka dari itu perhitungan untuk  $N = 162$ . Berdasarkan rumus Slovin di atas, dapat dihitung jumlah populasi yang akan dijadikan sampel responden dalam penelitian yaitu sebagai berikut.

$$n = \frac{162}{1 + 162 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{162}{1 + 162 (0,025)}$$

$$n = \frac{162}{1 + 0,405}$$

$$n = \frac{162}{1,405}$$

$$n = 115,30 \text{ atau } 116 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan yang dihasilkan dari rumus di atas dapat dihitung bahwa jumlah sampel pada penelitian ini adalah 116 responden.

Melihat jumlah yang dihasilkan adalah bentuk pecahan, oleh karena itu responden yang dilakukan dalam penelitian ini adalah 116 orang.

#### 3.2.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Penelitian ini membutuhkan Teknik dan alat pengumpulan data untuk membantu proses yang dilakukan oleh peneliti dalam menjalankan penelitian. Menurut Sugiyono (2023, hlm.296) merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian dikarenakan tujuan utama dari penelitian yaitu untuk mendapatkan data. Hal ini artinya jika peneliti tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang dapat memenuhi standar data yang dapat ditetapkan. Dalam penelitian ini, Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah kuesioner.

Kuesioner (menurut Sugiyono (2023, hlm.199) adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat atau atribut untuk pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dapat dijawabnya. Kemudian, masih sama dengan pendapat dari Sugiyono (2023, hlm.199) kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti dapat mengetahui pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang dapat diharapkan oleh responden.

Penggunaan kuesioner oleh peneliti dalam penelitian ini dilakukan dengan meminta responden untuk memilih salah satu jawaban dari setiap pertanyaan yang disajikan. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang terstruktur dan relevan, sehingga memudahkan peneliti dalam menganalisis hasil dan menarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan atau patokan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur sehingga jika alat ukur tersebut dapat digunakan dalam pengukuran maka akan menghasilkan suatu data kuantitatif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran yaitu *Rating Scale*.

Dengan menggunakan *Rating Scale* maka keseluruhan data mentah yang diperoleh oleh peneliti berupa angka yang kemudian dapat ditafsirkan dalam pengertian kualitatif (Sugiyono, 2023, hlm.151). Dalam *Rating Scale* responden tidak akan menjawab salah satu dari jawaban kualitatif yang telah disediakan, melainkan menjawab salah satu jawaban kuantitatif yang telah disediakan. Sehingga, *Rating Scale* ini lebih fleksibel, tidak terbatas hanya untuk pengukuran sikap saja namun dapat mengukur persepsi responden terhadap fenomena lainnya, seperti skala untuk mengukur status sosial pada ekonomi, kelembagaan, pengetahuan, kemampuan, dan proses kegiatan yang lainnya.

Oleh karena itu, untuk keperluan penelitian kuantitatif yang terpenting dari *Rating Scale* adalah harus dapat mengartikan setiap angka yang diberikan pada alternatif jawaban pada setiap item *instrument* penelitian.

**Tabel 3.3**  
***Rating Scale***

Kategori	Score
	Positif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Sugiyono (2023)*

### 3.2.5. Pengujian Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti merupakan melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam, sehingga harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur tersebut biasanya dinamakan sebagai instrumen penelitian. Jadi untuk pengertian instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat

digunakan dalam mengukur fenomena baik alam maupun sosial yang sedang diamati. Secara spesifik semua fenomena tersebut disebut variabel penelitian. Jumlah instrumen penelitian pun harus dapat tergantung dengan jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti (Sugiyono, 2023, hlm. 157). Dalam penelitian ini yang meneliti pada “Manajemen Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Maka terdapat 2 (dua) instrumen yang perlu dibuat yaitu: 1) Instrumen untuk mengukur Manajemen Mutu Layanan; dan 2) Instrumen untuk mengukur Kepuasan Pelanggan.

Menurut Sugiyono (2023) terdapat dua hal utama yang dapat memengaruhi kualitas dalam memperoleh hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Oleh karena itu, dalam melakukan penelitian kuantitatif di sini harus dengan kualitas instrumen dan kualitas pengumpulan data dapat sesuai dengan validitas (alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut benar) dan realibilitas (alat ukur yang jika digunakan secara berulang terhadap subyek maka akan hasilnya akan tetap konsisten atau stabil) serta kualitas pengumpulan data yang berkenaan pada ketepatan cara-cara yang digunakan dalam mengumpulkan data. Sehingga, pada instrumen yang telah teruji validitas dan realibitasnya belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel jika pada instrumen tersebut tidak dapat digunakan dengan tepat dalam pengumpulan datanya (Sugiyono, 2023, hlm.293).

#### **3.2.5.1. Uji Validitas**

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang mendapatkan data itu valid. Maksud valid di sini ialah instrumen dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2023, hlm.175).

Menurut Sugiyono (2017) uji validitas dapat menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Sehingga, uji ini dapat dilakukan untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian

merupakan data yang valid atau tidak dengan menggunakan alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner.

Pada penelitian ini menggunakan uji validitas dengan Rumus Koefisien Korelasi *Product Moment* dari *Karl Pearson* yang dijelaskan oleh (Maman Abdurrahman, Sambas Ali Muhidin, 2011) sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$	:	Koefisien korelasi antara Variabel X dan Variabel Y
$X$	:	Skor tiap butir kuesioner dari tiap responden
$Y$	:	Skor total
$\sum X$	:	Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	:	Jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum X^2$	:	Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
$\sum Y^2$	:	Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
$n$	:	Banyaknya responden

Uji Validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 27.0 dengan kriteria sebagai berikut.

- Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
- Jika  $r$  hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*.

Uji coba yang dilakukan pada kuesioner ini dilakukan terhadap 50 responden yaitu pelanggan yang telah datang dan merasakan mutu layanan yang diberikan pada *Coffee Shop* di Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung. Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan teori Roscoe. Menurut Roscoe (Sugiyono, 2015:131), ukuran sampel yang ideal dalam penelitian berkisar antara 30

hingga 50. Pada penelitian ini menggunakan SPSS 27.0 untuk mengetahui hasil dari perhitungan data sehingga memperoleh validitasnya. Hasil dari uji coba tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.4 dan Tabel 3.5 berikut ini.

**Tabel 3.4**

**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Manajemen Mutu Layanan (X)**

No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,755	0,279	Valid
2	0,779	0,279	Valid
3	0,807	0,279	Valid
4	0,772	0,279	Valid
5	0,808	0,279	Valid
6	0,793	0,279	Valid
7	0,755	0,279	Valid
8	0,829	0,279	Valid
9	0,802	0,279	Valid
10	0,847	0,279	Valid
11	0,857	0,279	Valid
12	0,686	0,279	Valid
13	0,881	0,279	Valid
14	0,858	0,279	Valid
15	0,835	0,279	Valid

*Sumber: Hasil Olah Data Penelitian Juni 2024*

**Tabel 3.5**

**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)**

No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,845	0,279	Valid
2	0,777	0,279	Valid
3	0,816	0,279	Valid
4	0,752	0,279	Valid

5	0,824	0,279	Valid
6	0,886	0,279	Valid
7	0,893	0,279	Valid
8	0,873	0,279	Valid
9	0,847	0,279	Valid
10	0,861	0,279	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian Juni 2024

### 3.2.5.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian pada suatu instrumen yang jika beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, maka hasil datanya pun akan sama. (Sugiyono, 2023, hlm.176).

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan pada responden sebanyak 50 pelanggan di Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung dengan menggunakan pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas, kemudian akan ditentukan reliabilitasnya. Kemudian, untuk menetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini, digunakan teori Roscoe. Menurut Roscoe (Sugiyono, 2015:131), ukuran sampel yang dianjurkan untuk penelitian adalah antara 30 hingga 50.

Penelitian ini juga menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitasnya. Variabel dalam penelitian dapat dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6 (Priyatno, 2013, hlm.30). Berikut Rumus *Cronbach's Alpha* (1951) (dalam Abdurrahman, Muhidin, Somantri, 2017, hlm.56) yaitu sebagai berikut.

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  : Reliabilitas instrumen atau koefisien atau korelasi alpha

$k$  : Banyaknya butir soal

$\sum \sigma_i^2$  : Jumlah varians butir

$\sum \sigma_t^2$  : Varians total

N : Jumlah responden

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 27.0, variabel dapat dinyatakan reliabel jika sesuai dengan kriteria berikut ini.

- a. Jika r-alpha positif dan lebih besar dari r-tabel maka pernyataan tersebut dapat dinyatakan reliabel
- b. Jika r-alpha negatif dan lebih kecil dari r-tabel maka pernyataan tersebut dapat dinyatakan tidak reliabel
  - 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$  maka *reliable*
  - 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,6$  maka tidak *reliable*

Adapun langkah-langkah di bawah ini dalam pengujian reliabilitas dalam instrumen dengan menggunakan aplikasi SPSS 27.0:

- a. Input data per item dan jumlahnya dari setiap variabel pada *Data View* dalam aplikasi SPSS 27.0;
- b. Klik menu *Analyze* → *Scale* → *Reliability Analysis*;
- c. Pindahkan semua item ke kotak items yang berada di sebelah kanan, lalu klik *Statistik* dan bubuhkan centah pada *Scale If Item Deleted*, kemudian klik *Continue*, Kemudian pastikan berada pada mode *Alpha*;
- d. Klik OK;
- e. Membuat kesimpulan, dengan cara membandingkan nilai hitung dan nilai tabel r, dengan kriteria sebagai berikut
  - 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dapat dinyatakan reliabel.
  - 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen dapat dinyatakan tidak reliabel.

Berikut ini merupakan hasil perhitungan yang dilakukan untuk mengetahui hasil uji reliabilitas Variabel X dan Y menggunakan SPSS 27.0.

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas X dan Y**

No	Variabel	Alpha Cronbach		Keterangan
		Rhitung	Rtabel	
1	Manajemen Mutu Layanan (X)	0,960	0,8	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,952	0,8	Reliabel

*Sumber: Hasil Olah Data Penelitian Juni 2024*

### 3.2.6. Persyaratan Pengujian Asumsi Klasik

#### 3.2.6.1. Uji Normalitas

Menurut Hafni Sahir (2021), uji normalitas adalah untuk dapat menguji apakah variabel independen dan dependen dapat berdistribusi normal atau tidak. Penggunaan statistik parametris memiliki keharusan syarat bahwa data dari setiap variabel yang akan dianalisis harus dapat berdistribusi normal. Sehingga, sebelum pengujian hipotesis dilakukan maka terlebih dahulu yang akan dilakukan adalah pengujian normalitas data (Sugiyono, 2023, hlm. 234).

Penelitian ini menggunakan uji normalitas dikarenakan sangat penting digunakan untuk mengetahui kenormalan suatu data dengan Manajemen Mutu Layanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Hal ini penting dilakukan untuk mengetahui apakah sesuai dengan asumsi distribusi normal atau tidak. Jika data tersebut tidak berdistribusi normal maka akan mendapatkan hasil kesimpulan yang tidak akurat.

Adapun langkah-langkah yang harus dilakukan oleh peneliti dalam membuat uji normalitas menggunakan aplikasi SPSS 27.0 dengan *One-*

*Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dan *Liliefors Significance Correction* seperti berikut ini.

- a) Buka aplikasi SPSS 27.0.
- b) Buka tampilan "*Variabel View*" dan masukkan data sesuai kebutuhan.
- c) Masukkan data untuk setiap variabel (Variabel X dan Y) dalam "*Data View*" di SPSS 27.0.
- d) Klik menu "*Analyze*", lalu pilih "*Regression*", dan kemudian "*Linear*".
- e) Pindahkan item variabel fasilitas kerja ke kolom "*Independent*" dan variabel kinerja karyawan ke kolom "*Dependent*" pada kotak items di sebelah kanan. Klik "*Statistics*", centang "*Unstandardized*", kemudian klik "*Continue*" dan "OK".
- f) *Output Data Res 1* akan muncul.
- g) Klik "*Nonparametric Tests*", pilih "*Legacy Dialog*", lalu pilih "*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*".
- h) Pindahkan item "*Unstandardized Res*" ke kotak "*Test Variable List*".
- i) Pada "*Test Distribution*", centang "*Normal*".
- j) Klik "OK" untuk melihat hasilnya.

### 3.2.6.2. Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2021), uji linearitas merupakan uji yang digunakan untuk dapat mengetahui apakah informasi model yang digunakan sudah benar atau belum. Kemudian, apakah fungsi yang digunakan dalam studi empiris ini harus linier, kuadrat, ataupun rubrik.

Uji linealiras dalam penelitian ini dimaksudkan untuk dapat mengetahui terkait ada atau tidak adanya hubungan secara linear antara Manajemen Mutu Layanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Menurut Sahir (2022) pengujian ini bertujuan untuk memperlihatkan bahwa rata-rata yang diperoleh dari kelompok data sampel ini terletak pada suatu garis-garis lurus.

Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 27.0 untuk membantu proses perhitungannya. Oleh karena itu, Adapun langkah-langkah yang

harus dilakukan oleh peneliti dalam membuat uji Linearitas dengan menggunakan aplikasi SPSS 27.0 sebagai berikut ini. (Sahir, 2022, hlm. 67-68)

- a) Salin data yang akan diuji linearitas.
- b) Buka program SPSS 27.0 dan buka data yang telah disalin.
- c) Pilih "*Data View*" dan tempelkan data yang telah disalin.
- d) Pilih "*Variable View*" dan beri nama variabel dengan format yang diterima SPSS 27.0 (tanpa spasi).
- e) Klik "*Analyze*" > "*Compare Means*" > "*Means*".
- f) Akan muncul kotak dialog "*Means*", pindahkan variabel X ke kolom "*Independent List*" dan variabel Y ke kolom "*Dependent List*".
- g) Klik "*Options*", lalu centang opsi "*Test for linearity*".
- h) Klik "*Continue*" dan kemudian klik "OK" untuk menyelesaikan analisis.

Hasil dari analisis dari uji linearitas dalam penelitian ini untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut atau tidak yang dijelaskan dengan model linier. Berikut prosedur bentuk dari pengujian tersebut adalah sebagai berikut ini.

- a)  $H_0$  : Artinya, Model regresi linier.
- b)  $H_1$  : Artinya, Model regresi tidak linier.

Dengan kriteria tes sebagai berikut.

- a) Jika probabilitas (Sig) > 0,05, maka  $H_0$  diterima.
- b) Jika probabilitas (Sig) < 0,05, maka  $H_0$  ditolak.

### 3.2.6.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menurut pendapat Ghozali (2021) ini dapat bertujuan untuk menguji apakah dalam mode regresi ada atau bahkan terjadinya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya tetap berarti terjadi heteroskedastisitas. Menurut Sugiyono (2012) (dalam Sahir, 2022, hlm.69) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas adalah varians dari variabel dalam model yang tidak sama (konstan). Pengujian ini juga bertujuan untuk melihat apakah terdapat

ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya (Sahir, 2022, hlm.69).

Adapun langkah-langkah yang harus dilakukan oleh peneliti dalam membuat uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS 27.0 seperti berikut ini.

- a) Buka data yang ingin dianalisis di SPSS 27.0.
- b) Pilih menu "*Analyze*" > "*Regression*" > "*Linear*".
- c) Pindahkan variabel independen ke dalam kotak "*Independent(s)*" dan variabel dependen ke dalam kotak "*Dependent*".
- d) Klik tombol "Save" dan pilih "*Unstandardized predicted values*" dan "*Unstandardized residuals*".
- e) Klik "OK" untuk melanjutkan analisis regresi linear.
- f) Setelah analisis selesai, buka output hasil analisis.
- g) Untuk melihat apakah ada indikasi heteroskedastisitas, lakukan pengamatan dengan membuat grafik *scatter plot* antara variabel dependen dan residual.
- h) Perhatikan pola dari *scatter plot* tersebut. Jika terdapat pola tertentu, seperti pola gelombang atau pola yang tidak acak, ini dapat mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.

Selain itu, Menurut Sahir (2022) terdapat ketentuan dasar yang digunakan pada suatu penelitian di dalam uji heteroskedastisitas dengan tujuan untuk melihat angka probabilitas dengan berbagai ketentuan yang ada dalam pengambilan keputusan. Ketentuan dasar tersebut ialah sebagai berikut ini.

- a) Jika nilai signifikansi atau probabilitas  $> 0,05$ , maka hipotesis diterima dikarenakan data yang diperoleh tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifikansi atau probabilitas  $< 0,05$ , maka hipotesis ditolak dikarenakan data yang diperoleh terdapat heteroskedastisitas.

#### 3.2.6.4. Analisis Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono (2023) analisis dapat dilanjutkan dengan cara menghitung persamaan dari regresinya. Persamaan regresi digunakan untuk dapat melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel independen bila nilai variabel independen dapat dirubah-rubah. Regresi adalah metode yang digunakan dalam penelitian untuk mencari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi bertujuan agar dapat memprediksi terkait bagaimana suatu variabel dapat memengaruhi variabel lain dan untuk dapat mengetahui bentuk-bentuk yang timbul akibat hubungan tersebut (Sahir, 2022, hlm.51)

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dengan tujuan untuk dapat mempelajari hubungan antar variabel untuk dapat membuat suatu kesimpulan (Abdurahman, Muhidin, Somantri, 2011). Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk dapat mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hal ini akan menjawab pertanyaan apakah memiliki hubungan positif atau negatif serta dapat juga untuk memprediksi nilai dari variabel terikat jika nilai pada variabel bebas akan mengalami kenaikan ataupun penurunan. Analisis ini biasanya menggunakan data yang memiliki skala interval atau rasio. Adapun bentuk model dari analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut (Sahir, 2022, hlm.51-52).

$$\hat{Y} = a + b (X)$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  : Variabel dependen atau terikat.

$X$  : Variabel independen atau bebas.

$a$  : konstanta (apabila nilai  $x$  sebesar 0, maka  $Y$  akan sebesar  $a$  atau konstanta)

$b$  : koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

Dengan ketentuan:

$$\alpha = \frac{\sum Y - b \sum X}{N} = \bar{Y} - b\bar{X}$$

Sedangkan b dicari dengan menggunakan rumus:

$$b = \frac{n \cdot (\sum XY) - \sum X \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Yang mana n adalah jumlah data.

Berikut langkah-langkah yang harus dilakukan oleh peneliti dalam membuat analisis regresi sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS 27.0 seperti berikut ini.

- 1) Buka *data set* yang ingin dianalisis.
- 2) Pilih menu "*Analyze*" > "*Regression*" > "*Linear*".
- 3) Pilih variabel dependen dan variabel independen yang akan digunakan.
- 4) Klik tombol "OK" untuk menjalankan analisis.
- 5) Perhatikan hasil *output* untuk melihat koefisien regresi, nilai *R-square*, dan signifikansi hubungan antara variabel.

### 3.2.7. Teknik Analisis Data

Dalam kuantitatif, analisis data memiliki arti sebagai kegiatan setelah melakukan pendataan dari seluruh responden atau sumber lain yang sudah terkumpul. Kegiatan yang dilakukan dalam analisis data di sini menyangkup isi seperti: 1) melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden; 2) mentabulasi data berdasarkan pada variabel dari seluruh responden; 3) menyajikan data dari tiap variabel yang akan diteliti; 4) melakukan perhitungan dengan tujuan untuk menjawab rumusan masalah; 5) melakukan perhitungan untuk dapat menguji hipotesis yang telah di ajukan (Sugiyono, 2023, hlm.206).

Teknik analisis data pada penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Penelitian ini menggunakan salah satu dari macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian yaitu statistik deskriptif dan inferensial. Berikut di bawah ini penjelasan dari Teknik analisis data statistik deskriptif dan inferensial: (Sugiyono, 2023, hlm.206-208).

### 3.2.6.1. Teknik Analisis Data Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2023) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan dalam penelitian untuk dapat menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya secara tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku baik untuk umum ataupun generalisasi.

Teknik ini digunakan untuk penelitian jika peneliti hanya ingin mendeskripsikan data dari sampel dan tidak ingin lebih lanjut untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi di mana sampel tersebut di ambil. Dalam analisis statistik deskriptif dilakukan oleh peneliti juga memiliki tujuan untuk dapat mencari kuatnya hubungan antara variabel dengan melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata baik data sampel maupun populasi. Secara teknis, analisis data statistik deskriptif tidak ada taraf kesalahan, tidak ada uji signifikansi, sehingga mengakibatkan tidak ada kesalahan generalisasi.

Adapun analisis data statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah penelitian serta memahami secara rinci terkait masing-masing dari karakteristik Manajemen Mutu Layanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Pada intinya, untuk mengetahui tingkat Manajemen Mutu Layanan di Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung dan untuk mengetahui tingkat Kepuasan Pelanggan di Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung. Metode perhitungan yang digunakan dengan menggunakan pencarian panjang kelas yang akan digunakan untuk mengetahui bagaimana distribusi variabel yang akan digunakan di dalam penelitian ini.

Menurut Suryoatmono (2004) dalam (Lani, 2017, hlm. 50) menyatakan bahwa statistika deskriptif adalah statistika yang menggunakan data pada suatu kelompok untuk dapat menjelaskan ataupun menarik kesimpulan mengenai kelompok seperti berikut ini.

- a. Ukuran lokasi: ukuran ini berupa *mode*, *mean*, *median*, dsb;

- b. Ukuran variabilitas: ukuran ini berupa *varians*, *deviasi standar*, *range*, dsb;
- c. Ukuran bentuk: ukuran ini berupa *skewness*, *kurtosis*, *plotbok*.

Adapun skala penafsiran skor dari setiap variabel yang diteliti dijabarkan sebagai berikut.

**Tabel 3.7**  
**Skala Penafsiran Skor**

No	Rentang Skor	Penafsiran	Skor
1	4.20 – 5.00	Sangat Tinggi	5
2	3.40 – 4.19	Tinggi	4
3	2.60 – 3.39	Sedang	3
4	1.80 – 2.59	Rendah	2
5	1.00 – 1.79	Sangat Rendah	1

*Sumber: Sugiyono (2012)*

### 3.2.6.2. Teknik Analisis Data Statistik Inferensial

Menurut Sugiyono (2023) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan dalam penelitian untuk dapat menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik inferensial ini juga sering disebut sebagai statistik induktif atau statistik probabilitas. Pemilihan statistik ini sangat cocok digunakan jika sampel yang digunakan diambil dari populasi dengan jelas dan teknik pengambilan sampel dari populasi itu sendiri dilakukan secara *Purposive Sampling*.

Statistik inferensial juga dapat di sebut sebagai statistik probabilitas dikarenakan kesimpulan yang digunakan atau diberlakukan untuk populasi berdasarkan data sampel itu kebenarannya bersifat peluang (*probability*). Menurut Arifin (2017, hlm.17) bahwa uji hipotesis ini digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik sehingga dapat membuat kesimpulan untuk menerima atau menolak pernyataan tersebut.

### 3.2.8. Pengujian Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah di dalam penelitian. Hal ini dapat sementara dikarenakan jawaban yang ada hanya didasarkan pada teori yang relevan, bukan didasarkan pada fakta bukti data empiris yang diperoleh dari pengumpulan data (Sugiyono, 2023, hlm.219).

Secara statistik, hipotesis dapat diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya dengan berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik). Dalam penelitian ini, peneliti untuk melakukan pengujiannya dengan memanfaatkan statistik parametrik.

Tujuan dari uji hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk dapat mengetahui pengaruh Manajemen Mutu Layanan sebagai variabel bebas atau *independent variable* (X) terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *terikat* atau *dependent variable* (Y).

Penelitian ini menggunakan hipotesis uji t, uji t ini merupakan pengujian yang dilakukan pada koefisien regresi dengan tujuan untuk mengetahui signifikansi atau mengenai variabel bebas terhadap variabel terikat (Sahir, 2022, hlm.53).

Berikut adalah langkah-langkah yang harus diperlukan dalam pengujian hipotesis uji t:

1. Mendefinisikan hipotesis statistik Uji Hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ). Untuk penelitian ini, hipotesis yang disusun adalah sebagai berikut.

$H_0 : \beta = 0$       Tidak terdapat Pengaruh Manajemen Mutu Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung.

$H_1 : \beta \neq 0$       Terdapat Pengaruh Manajemen Mutu Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Secangkir Temu Cabang Sarikaso Bandung.

## 2. Menyajikan persamaan regresi

Dalam menyajikan persamaan regresi pada penelitian, peneliti dapat menggunakan aplikasi SPSS 27.0. Berikut langkah-langkah dalam menyajikan persamaan regresi dengan menggunakan aplikasi SPSS 27.0 tersebut.

- a. Buka program SPSS 27.0 dan buka *Variabel View* untuk mengisi data sesuai kebutuhan.
- b. Setelah mengisi *Variabel View*, pindah ke *Data View* dan isikan data sesuai dengan skor total variabel X dan Y dari responden.
- c. Klik menu *Analyze*, lalu pilih *Regression*, dan pilih *Linear*.
- d. Pindahkan variabel Y ke kotak *Dependent List* dan variabel X ke *Independent List*.
- e. Klik *Save*, pilih *Unstandardized* pada *Residuals*, lalu klik *Continue*.
- f. Klik OK untuk melihat hasilnya.

Kemudian, masukkan nilai koefisien yang tidak di standardisasi pada rumus persamaan regresi  $\hat{Y} = a + b (X)$ .

## 3. Uji Signifikansi

Penelitian yang menggunakan uji signifikansi dapat bertujuan untuk menguji hipotesis yang diteliti. Penelitian ini menggunakan kriteria uji signifikansi sebagai berikut.

- a. Jika nilai signifikansi ( $\text{sig.}$ )  $\leq 0,05$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima, yang mengindikasikan adanya pengaruh variabel X terhadap Y.
- b. Jika nilai signifikansi ( $\text{sig.}$ )  $\geq 0,05$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) ditolak, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

## 4. Menyajikan Koefisien Korelasi dan Determinasi

Menurut Anisa (2021) Koefisien korelasi ialah suatu analisis yang dapat memelajari mengenai hubungan antara dua variabel. Di mana, dalam analisis ini dapat menentukan seberapa kuat hubungan

antara dua variabel yang berada dalam interval  $-1 \leq r \leq +1$ . Koefisien korelasi ini juga memiliki sifat parametrik.

Menurut Masrun (1979) (dalam Sugiyono, 2023, hlm. 189) menyatakan bahwa teknik korelasi guna untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang termasuk pada teknik yang balik banyak digunakan. Selanjutnya, pada saat pemberian interpretasi terhadap koefisien korelasi, Masrun menyatakan bahwa item yang memiliki korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut memiliki validitas yang tinggi juga. Biasanya syarat minimum untuk dapat dianggap memenuhi syarat jika  $r = 0,3$ . Jadi, kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Menurut (Maman Abdurrahman, Sambas Ali Muhidin, 2011) Koefisien korelasi memiliki rentang nilai dari 0 hingga  $\pm 1$ , di mana nilai paling tinggi adalah  $\pm 1,00$  dan nilai paling rendah adalah 0. Tanda plus atau minus ( $\pm$ ) pada koefisien korelasi menunjukkan arah hubungan korelasi, bukan sebagai operasi aljabar. Jika koefisien korelasi positif (+), maka menunjukkan hubungan yang searah, sedangkan jika koefisien korelasi negatif (-), maka menunjukkan hubungan yang berlawanan arah. Jika koefisien korelasi adalah nol (0), maka menunjukkan tidak adanya hubungan korelasi antara dua variabel. Selanjutnya, terdapat tabel interpretasi dari koefisien korelasi untuk melihat keterkaitan hubungan antar variabel sebagai berikut ini.

**Tabel 3.8**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

Besar $r_{xy}$	Interpretasi
$0,00 < 0,02$	Hubungan sangat lemah (diabaikan, dianggap tidak ada)
$\geq 0,20 - < 0,40$	Hubungan rendah
$\geq 0,40 - < 0,70$	Hubungan sedang atau cukup

$\geq 0,70 - < 0,90$  Hubungan kuat atau tinggi

$\geq 0,90 - < 1,00$  Hubungan sangat kuat atau sangat tinggi

Sumber: JHLM. Guilford, *Fundamental Statistics in Psychology and Education dalam* (Abdurahman, Muhidin, & Somantri, 2017)

Dalam penelitian ini, koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi yang ada pada variabel pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Abdurahman, Muhidin, & Somantri (2017), koefisien determinasi (KD) merupakan dasar untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (KD) diperoleh dengan mengkuadratkan nilai koefisien korelasi ( $r$ ) dan dikalikan dengan 100% ( $KD = r^2 \times 100\%$ ).

Dalam aplikasi SPSS 27.0, nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R square pada tabel *output* analisis regresi. R square mengindikasikan seberapa baik variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi yang dibangun.