

BAB 4

PELAKSANAAN PENGUMPULAN DATA PENELITIAN

4.1. Orientasi Kancan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan pada Akasa Space. Penelitian dilakukan di Akasa Space yang merupakan salah satu kafe di Kota Semarang. Kafe ini berlokasi di Jl. Tirta Agung No.80, Pedalangan, Banyumanik, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia. Akasa Space sudah berdiri sejak 5 April 2021. Penamaan Akasa merupakan singkatan dari Arsa dan Karsa yang memiliki arti kebahagiaan serta kehendak. Hal tersebut sejalan dengan visi dari Akasa Space yaitu ingin menjadikan para pelanggan bahagia dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Akasa Space memiliki konsep tata letak *venue* bertema industrial yang terbagi menjadi empat area duduk yaitu *indoor* lantai 1, *outdoor* lantai 1, *indoor* lantai 2, dan *outdoor* lantai 2 dengan pemandangan mengarah jalan tol. Makanan dan minuman yang ditawarkan pada menu Akasa Space pun beragam dengan kisaran harga mulai dari 20.000 hingga 38.000 rupiah. Hal tersebut juga sejalan dengan target pasar Akasa Space yaitu mahasiswa dan keluarga. Rata-rata kunjungan pada Akasa Space berkisar 60 hingga 80 transaksi pada setiap harinya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *try out* terpakai dengan subyek pelanggan Akasa Space. Kriteria responden penelitian ini yaitu harus minimal sudah satu kali mengunjungi Akasa Space. Peneliti menggunakan teknik *accidental* sampling untuk mencari subyek penelitian. Peneliti melakukan penyebaran skala secara daring menggunakan *Google Form* serta luring dengan

membagikan secara langsung kepada pelanggan yang sedang berkunjung di Akasa Space.

Peneliti memilih Akasa Space sebagai tempat penelitian dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Adanya permasalahan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan yang ditemukan pada pelanggan Akasa Space berdasarkan wawancara serta ulasan pada *Google Review* yang telah dilakukan peneliti.
2. Akasa Space memiliki visi yang sejalan dengan topik penelitian yaitu ingin memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan.
3. Pengunjung Akasa Space dinilai cukup banyak dengan jumlah kisaran per hari 60-80 transaksi sehingga peneliti dapat memperoleh cukup banyak data.

4.2. Persiapan Penelitian

Peneliti menggunakan dua jenis skala dalam penelitian ini. Skala pertama yaitu kualitas pelayanan yang disusun oleh peneliti berdasarkan teori aspek yang dijabarkan oleh Tjiptono. Sedangkan skala kedua yaitu loyalitas pelayanan yang disusun oleh peneliti berdasarkan indikator yang dijabarkan oleh Griffin. Peneliti juga melakukan pengajuan terkait surat permohonan izin untuk melakukan penelitian.

4.2.1. Penyusunan Alat Ukur

Pada penelitian ini, terdapat dua macam skala yang digunakan, yakni

1. Skala Kualitas Pelayanan

Skala kualitas pelayanan disusun berdasarkan aspek kualitas pelayanan dengan total 20 item yang terdiri dari 10 item *favorable* dan 10 item *unfavorable*. Terdapat empat alternatif jawaban yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Sebaran item kualitas pelayanan dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 4.1 Sebaran Item Skala Kualitas Pelayanan

No	Aspek	Item
1	Keandalan	4,13,18,20
2	Bukti Fisik	1,6,15,19
3	Daya Tanggap	2,9,11,17
4	Jaminan	3,7,14,16
5	Empati	5,8,10,12
	Jumlah	20

2. Skala Loyalitas Pelanggan

Skala kualitas pelayanan disusun berdasarkan indikator loyalitas pelanggan dengan total 12 item yang terdiri dari 8 item *favorable* dan 4 item *unfavorable*. Terdapat empat alternatif jawaban yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Sebaran item kualitas pelayanan dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 4.2 Sebaran Item Skala Loyalitas Pelanggan

No	Indikator	Item
1	Melakukan pembelian berulang	1,7,11
2	Membeli diluar lini produk atau jasa	3,5,8
3	Merekomendasikan kepada orang lain	2,4,6
4	Tidak terpengaruh produk lainnya	9,10,12
Jumlah		12

4.2.2. Perizinan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengajukan surat pengantar berupa surat permohonan izin penelitian. Peneliti memperoleh surat pengantar dari Kaprodi Fakultas Psikologi pada tanggal 23 Agustus 2022 dengan nomor 1124/B.7.3/FP/VIII/2022.

4.3. Pelaksanaan Pengumpulan Data

Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan skala melalui *google form* serta menyebarkan secara *offline* kepada pelanggan Akasa Space selama 14 hari pada tanggal 5 September 2022 hingga 18 September 2022. Subjek yang diperoleh dalam penelitian ini ada 100 pelanggan Akasa Space dengan demografi pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Gambaran Demografi Subjek

Demografi	Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	37	37%
	Perempuan	63	63%
Usia	Kurang dari 17 tahun	3	3%
	17-25 tahun	82	82%
	26-35 tahun	10	10%
	36-45 tahun	2	2%
	Lebih dari 45 tahun	3	3%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	70	70%
	Karyawan Swasta	17	17%
	PNS	4	4%
	Wiraswasta	6	6%
	Lainnya	3	3%
Pendapatan	Kurang dari 500.000	25	30%
	500.000-1.000.000	23	27%
	1.000.000-2.000.000	15	18%
	2.000.000-5.000.000	18	21%
	Lebih dari 5.000.000	3	4%
Kunjungan dalam 3 bulan terakhir	1x	64	68%
	2-3x	21	22%
	Lebih dari 3x	9	10%

Penyebaran skala melalui *google form* dengan melalui *link* tinyurl.com/SkalAkasa. Skala disebarakan melalui media sosial *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Twitter* pada tanggal 5 September 2022 hingga 18 September 2022 dengan total 70 responden. Selain itu, penyebaran skala juga dilakukan secara *offline* pada tanggal 13 September 2022 dengan jumlah 30 responden. Sebelum melakukan pengisian form fisik, peneliti terlebih dahulu menanyakan apakah sudah pernah mengisi form serupa melalui tautan. Jika belum mengisi, maka responden dipersilakan untuk mengisi form. Pada akhirnya, peneliti berhasil mengumpulkan 100 responden pelanggan Akasa Space

4.4. Uji Coba Alat Ukur

4.4.1. Validitas dan Reliabilitas Skala Kualitas Pelayanan

Uji validitas skala kualitas pelayanan dalam penelitian ini telah melakukan proses uji validitas isi. Validitas isi merupakan uji kelayakan item skala melalui analisis rasional oleh panel yang berkompeten. Hal ini dilakukan untuk memastikan item skala yang disusun sudah relevan dan sesuai untuk tujuan penelitian.

Hasil validitas isi yang dilakukan para ahli ini menggunakan rumus Aiken's.

Item dikatakan valid ketika koefisien tiap aitem lebih besar atau sama dengan 0,5 (Azwar, 2019). Koefisien validitas skala ini mulai dari 0,5 sampai dengan 0,9.

Koefisien tiap item memiliki nilai lebih besar dari 0,5 sehingga skala yang disusun dianggap sudah memiliki validitas isi yang memadai (tabel validasi isi Aiken's V terlampir pada lampiran 1).

Uji reliabilitas skala kualitas pelayanan menggunakan *Alpha Cronbach*. Koefisien reliabilitas skala kualitas pelayanan yang diuji dengan 100 subjek memiliki nilai 0,804. Hasil ini menyatakan bahwa skala kualitas pelayanan ini reliabel.

4.4.2. Validitas dan Reliabilitas Skala Loyalitas Pelanggan

Skala loyalitas pelanggan ini menggunakan uji validitas isi. Validitas isi merupakan uji kelayakan item skala melalui analisis rasional oleh panel yang berkompeten. Hal ini dilakukan untuk memastikan item skala yang disusun sudah relevan dan sesuai untuk tujuan penelitian.

Hasil validitas isi yang dilakukan para ahli ini menggunakan rumus Aiken's.

Item dikatakan valid ketika koefisien tiap aitem lebih besar atau sama dengan 0,5

(Azwar, 2019). Koefisien validitas skala ini mulai dari 0,7 sampai dengan 0,9.

Koefisien tiap item memiliki nilai lebih besar dari 0,5 sehingga skala yang disusun

dianggap sudah memiliki validitas isi yang memadai. (Tabel validasi isi Aiken's V

terlampir 2).

Uji reliabilitas pada skala loyalitas pelanggan menggunakan *Alpha Cronbach*. Koefisien reliabilitas skala loyalitas pelanggan yang diuji dengan 100 subjek memiliki nilai 0,834. hasil ini menyatakan bahwa skala loyalitas pelanggan ini reliabel.

