

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2013:54) rumusan *deskriptif* adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pernyataan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *deskriptif* dan metode *verifikatif*.

Metode *deskriptif* yaitu, metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian. Metode *deskriptif* yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai Promosi penjualan di Kafe Ngopi Doeloe ranggamalela, yang kedua yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai Proses pelayanan di Kafe Ngopi Doeloe ranggamalela, dan yang ketiga bagaimana kepuasan konsumen di Kafe Ngopi Doeloe ranggamalela.

Metode penelitian *verifikatif* yaitu: metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013:55). Metode ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang diteliti. Metode verifikatif disini digunakan untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh Promosi penjualan dan Proses pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Ngopi Doeloe ranggamalela baik secara simultan dan parsial.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Variabel merupakan aspek yang penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel peneliti dapat melakukan pengolahan data yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X_1) promosi penjualan, variabel (X_2) proses pelayanan, variabel dan (Y) yaitu kepuasan. Variabel-variabel tersebut kemudian di operalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya oleh Sugiono (2013:58) variabel dependent atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat. Sedangkan variabel independent atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab atau timbulnya variabel dependent. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, maka variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi :

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (*dependen variabel*). Variabel bebas yang digunakan oleh penulis adalah promosi penjualan (X_1), proses pelayanan (X_2).

2. Variabel terikat (*dependent variabel*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini adalah kepuasan (Y).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, yaitu promosi penjualan (X_1), proses pelayanan (X_2), dan kepuasan sebagai variabel tidak bebas (Y). Berikut penulis sajikan operasional variabel yang digunakan dalam penelitian pada tabel 3.1 adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Jumlah Angket
Promosi Penjualan (X1) “promosi penjualan (<i>Sales Promotion</i>) Berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau layanan termasuk promosi konsumen (seperti sampel, kupon, dan premi), promosi perdagangan (seperti iklan dan	1. Kupon	Memberikan potongan harga setiap pembelian produk	Tingkat besar potongan harga setiap pembelian produk	Ordinal	1
	2. Paket Harga	Paket harga yang diberikan menarik konsumen	Tingkat kemudahan paket harga menarik perhatian konsumen	Ordinal	2
		Paket Harga yang diberikan membangkitkan minat untuk membeli	Tingkat kemudahan Paket harga membangkitkan keinginan membeli	Ordinal	3
	3. Premi	Premi yang di tawarkan	Tingkat Premi yang	Ordinal	4

display tunjangan), dan bisnis dan tenaga penjualan promosi (kontes untuk tenaga penjualan).” Kotler dan Keller (2016:405)		menarik perhatian konsumen	di tawarkan menarik konsumen		
		Premi yang di tawarkan membangkitkan keinginan membeli	Tingkat Premi yang di tawarkan membangkitkan keinginan berelanja	Ordinal	5
	4. Percobaan Gratis	mengenalkan produk yang secara gratis	Tingkat pengenalan produk secara gratis		6
Proses Pelayanan (X2) “Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya” Rambat Lupiyoadi (2013 92)	1. Proses pemesanan mudah	Proses dalam pemesanan makanan mudah dan praktis	Tingkat kemudahan dalam pemesanan makanan	Ordinal	7
		Proses pemesanan cepat tanggap	Tingkat pemesanan cepat tanggap		8
	2. Penyajian hidangan tepat waktu	Dalam menyajikan makanan selalu tepat waktu	Tingkat ketepatan waktu dalam penyajian makanan	Ordinal	9
		kemenarikan dalam penyajian makanan	Tingkat kemenarikan dalam penyajian makanan		10
	3. Proses pembayaran cepat	Proses pembayaran cepat dan mudah	Tingkat kecepatan dalam proses pembayaran	Ordinal	11
		keragaman jenis pembayaran	Tingkat keragaman jenis pembayaran	Ordinal	12

<p>Kepuasan konsumen (Y) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau harapan) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.</p> <p>Kotler dalam buku Suryoto (2013:35)</p>	1. Kinerja	Kualitas Pelayanan	Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas	Ordinal	13
		Emosional	Tingkat kepuasan konsumen terhadap nilai yang di dapat	Ordinal	14
	2. Harapan	Kepuasan atas terpenuhinya keinginan konsumen.	Tingkat kepuasan atas terpenuhinya keinginan konsumen	Ordinal	15
		Kepuasan akan proses pelayanan yang diberikan.	Tingkat kepuasan akan proses pelayanan yang diberikan		16

Sumber: Data yang di olah oleh penulis, 2016

3.3. Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu peneliti dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian. Untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013:117) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti. Populasi yang diteliti adalah konsumen Kafe ngopi doeloe rangga malela No 6-7 Bandung

Tabel 3.2
Data Pengunjung Kafe Ngopi Doeloe Ranggamalela

No	Bulan (2016)	Jumlah Orang
1.	januari	2660
2.	Febuari	2770
3.	Maret	2796
4.	April	2650
6.	Mei	2670
7.	Juni	1595
8.	Juli	1867
9.	Agustus	2560
10.	September	2789
11.	Oktober	2540
Total		24,897
Rata-rata		2263

Sumber: Kafe Ngopi Doeloe Ranggamalela, 2016

3.3.2. Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian.

Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2013:118) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya. Kesimpulannya sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi konsumen Kafe Ngopi Deoloe Ranggamalesa.

Pada penelitian ini, ukuran sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Rumus yang akan digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah berdasarkan pendapat (Husein Umar 2011:78) yaitu :

$$\text{Rumus Slovin} = \boxed{n = \frac{N}{1 + N e^2}}$$

Dimana: n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir.

Rata-rata pengunjung yang datang ke Kafe ngopi doeloe ranggamalela sebanyak 2263 pengunjung. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{2263}{1+24.897.(0,1)^2}$$

$$n = 95,75 \text{ dibulatkan menjadi } 96$$

Maka dapat disimpulkan, sample pada penelitian ini menggunakan 96 orang responden.

3.3.3. Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2013:116) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan

teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2013:120), “*nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak diberi peluang/kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. *Nonprobability sampling* terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, *sampling incidental*, sampling jenuh, dan *snow ball sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental*, menurut Sugiyono (2013:122) “*sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari :

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada *Marketing Manager* Kafe ngopi doeloe ranggamalela. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen Kafe ngopi deloe rnggamalela. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai harga, promosi penjualan, proses pelayanan dan kepuasan konsumen di Kafe ngopi doeloe ranggamalela

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi perpustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu *literature-literature*, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3.5 Teknik Pengolahan Data

Pada sub teknik pengolahan data ini menguraikan metode-metode analisis yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Metode analisis data sangat tergantung pada jenis penelitian dan metode penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data diikuti dengan pengujian hipotesis penelitian.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2013:200) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan *valid*, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*.

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum X_1 X_{1tot}) - (\sum X_1)(\sum X_{1tot})}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum x_{tot}^2) - (\sum x_{1tot})^2)}}$$

Keterangan :

r = Korelasi Product Moment

$\sum X_i$ = Jumlah Skor Suatu Item

$\sum X_{tot}$ = Jumlah Total Skor Jawaban

$\sum x_i^2$ = Jumlah Kuadrat Skor Jawaban Suatu Item

$\sum X_{tot}^2$ = Jumlah Kuadrat Total Skor Jawaban

$\sum X_i X_{tot}$ = Jumlah Perkalian Skor Jawaban Suatu Item dengan Total Skor

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2013:110) “Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Penelitian ini menggunakan metode *Split Half* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *Spearman Brown*, dengan cara kerjanya sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan kelompok genap.
3. Korelasi total skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n\sum A^2 - (\sum A)^2)(n\sum B^2 - (\sum B)^2))}}$$

Keterangan :

r = Korelasi produk moment

$\sum A$ = Jumlah total skor kelompok ganjil

ΣB = Jumlah total skor kelompok genap

ΣA^2 = Jumlah kuadrat total skor kelompok ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadrat total skor kelompok genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban kelompok ganjil dan kelompok genap

Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan

rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut :

$$r = \frac{2rb}{1 + rb}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

rb = korelasi *product moment* antara kelompok ganjil (belahan pertama)

dan kelompok genap (belahan kedua), batas reliabilitas minimal 0,7.

3.5.3 Hasil Uji validitas dan Realibilitas

Pada sub bab ini akan dilakukan pengujian kualitas data terlebih dahulu sebelum uji hipotesis dilakukan. Uji kualitas yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

3.5.3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen valid atau tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar indikator penyusun dengan skor total variabel.

Tabel 4.3 mengenai hasil uji validitas variabel harga di bawah ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan mendapatkan nilai r lebih besar

dari 0,3. Sehingga secara keseluruhan instrumen penelitian ini dapat dikatakan valid. Berikut ini peneliti sajikan hasil uji validitas variabel Promosi Penjualan:

Tabel 3.3
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan (X1)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
Item Pernyataan 1	0.729	0.300	Valid
Item Pernyataan 2	0.869	0.300	Valid
Item Pernyataan 3	0.841	0.300	Valid
Item Pernyataan 4	0.700	0.300	Valid
Item Pernyataan 5	0.846	0.300	Valid
Item Pernyataan 6	0.734	0.300	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

3.5.3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Proses Pelayanan

Tabel 3.4 mengenai hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan di bawah ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan mendapatkan nilai r lebih besar dari 0,3. Sehingga secara keseluruhan instrumen penelitian ini dapat dikatakan valid. Berikut ini peneliti sajikan hasil uji validitas variabel Proses pelayanan.

Tabel 3.4
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Proses Pelayanan (X2)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
Item Pernyataan 1	0.877	0.300	Valid
Item Pernyataan 2	0.570	0.300	Valid
Item Pernyataan 3	0.877	0.300	Valid
Item Pernyataan 4	0.662	0.300	Valid
Item Pernyataan 5	0.472	0.300	Valid
Item Pernyataan 6	0.877	0.300	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

3.5.3.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Tabel 3.5 mengenai hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen di bawah ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan mendapatkan nilai r

lebih besar dari 0,3. Sehingga secara keseluruhan instrumen penelitian ini dapat dikatakan valid. Berikut ini peneliti sajikan hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen:

Tabel 3.5
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
Item Pernyataan 1	0.677	0.300	Valid
Item Pernyataan 2	0.874	0.300	Valid
Item Pernyataan 3	0.839	0.300	Valid
Item Pernyataan 4	0.698	0.300	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

3.5.3.4 Hasil Uji Reabilitas

Tabel 3.5 pengujian reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan cara one shot (pengukuran sekali) dan kemudia hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain. Adapun hasil uji statistik yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah uji statistik *alpha* (α) yang dapat dilihat pada tabel 4.27 di bawah ini:

Tabel 3.6
Hasil uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Promosi Penjualan (X1)	0.876	0.7	Reliabel
Proses Pelayanan (X2)	0.809	0.7	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.777	0.7	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, maka dapat diketahui dengan melihat tabel 3.6 di atas, masing-masing variabel penelitian memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,7 sehingga dapat dibuat kesimpulan bahwa semua variabel penelitian ini reliabel.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent (X_1 , X_2) terhadap variabel dependent (Y).

3.6.1 *Method of successive interval* (MSI)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang di dapat masih dalam bentuk skala ordinal. Peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya. Sebelum data di analisis dengan menggunakan metode analisis linier berganda, untuk data yang berskalaordinal harus dirubah menjadi data dalam bentuk skala interval. Perubahan data dari skala ordinal menjadi skala interval dengan menggunakan teknik *Method of Succesive Interval* (MSI). Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).

1. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
2. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
3. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
4. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
5. Menentukan nilai skala (*scale value / SV*)

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

6. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus :

$$Y = NS[1 + (NSmin)]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi, yaitu dengan menggunakan program SPSS *for windows* untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.2 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut : Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk Pernyataan-pernyataan (kuesioner/angket). Dimana promosi penjualan (variabel X_1), proses pelayanan (variabel X_2) terhadap kepuasan konsumen (variabel Y), setiap item dari kuisisioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

Setiap pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (*item* positif) atau tidak mendukung pernyataan (*item* negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif adalah sebagai berikut

Tabel 3.7
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
		Bila Positif	Bila Negatif
1	SS (Sangat Setuju)	5	1
2	S (Setuju)	4	2
3	KS (Kurang Setuju)	3	3
4	TS (Tidak Setuju)	2	4
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Setiap Pernyataan-Pernyataan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala likert.

Untuk menganalisis setiap Pernyataan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya peneliti membuat garis kontinum.

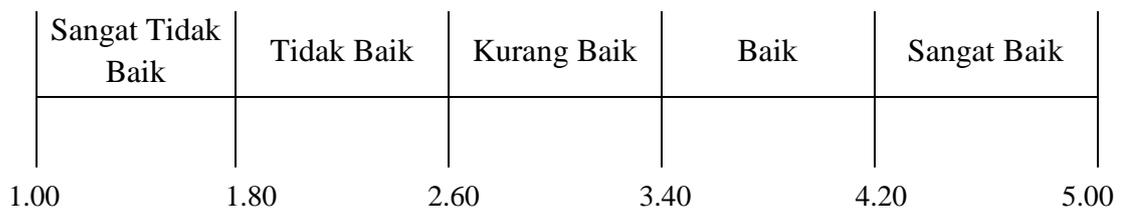
$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Permintaan}}$$

Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

- a. Indeks Minimum : 1
- b. Indeks Maksimum : 5
- c. Interval : 5-1 = 4
- d. Jarak Interval : (5-1) : 5 = 0,8

Tabel 3.8
Kategori Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Baik
1,81	2,60	Tidak Baik
2,61	3,40	Kurang Baik
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat Baik



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode kuantitatif (verifikatif) adalah metode pengolahan data dalam berbentuk angka untuk memudahkan dalam menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2013:13) menyatakan bahwa “metode kuantitatif merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”

3.6.2.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:210) menyatakan bahwa “Analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan

berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah”. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antara variabel tersebut dapat dicirikan melalui model matematik yang disebut dengan model regresi. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X_1 (promosi penjualan) dan X_2 (Proses pelayanan) dan Y (Kepuasan). Rumus yang digunakan yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Kepuasan konsumen)

a = Konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien regresi

X_1 = Promosi penjualan

X_2 = Proses pelayanan

e = Standar erorr

3.6.2.2. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (Promosi penjualan dan Proses Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen). Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X_1 dan X_2 (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%).

Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd=Koefisien determinasi

R²=Koefisien korelasi ganda

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X₁ (Promosi penjualan) dan X₂ (Proses pelayanan) dan Y (kepuasan konsumen).

Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \sqrt{\frac{JK_{regresi}}{JK_{total}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi ganda

JK_{reg} = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

JK_{tot} = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:184). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.9
Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,39	Rendah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013:184)

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ yaitu:

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan Y , semua positif sempurna.
2. Apabila $R = -1$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan Y , semua negatif sempurna.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

3.6.2.4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh keragaman promosi penjualan, proses pelayanan dan kepuasan. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), rumus hipotesisnya sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Simultan

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen

terhadap variabel dependen. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara promosi penjualan (X_1), Proses pelayanan (X_2), terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara promosi penjualan (X_1), Proses pelayanan (X_2), terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan uji signifikan koefisien berganda, taraf signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F *hitung* yang selanjutnya dibandingkan dengan F *tabel* ($n-K-1$) = derajat kebebasan.

Perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk ($n-k-1$) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_a$ diterima (signifikan)
2. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_0$ ditolak (tidak signifikan)

2. Uji Hipotesis Parsial

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk statistik sebagai berikut:

- a. $H_0: \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Promosi penjualan (X_1) terhadap kepuasan (Y) konsumen Kafe Ngopi Doeloe ranggamalela.
- $H_a: \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh Promosi penjualan (X_1) terhadap kepuasan (Y) konsumen di Kafe Ngopi Doeloe ranggamalela.
- b. $H_0: \beta_2 = 0$: Tidak terdapat Proses pelayanan (X_2) terhadap kepuasan (Y) konsumen di Kafe Ngopi Doeloe ranggamalela.
- $H_a: \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh Proses pelayanan (X_2) terhadap kepuasan (Y) konsumen Kafe Ngopi Doeloe ranggamalela.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 5%, dengan rumus sebagai berikut :

$$t = r \sqrt{\frac{n - (k + 1)}{1 - r^2}}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- r = Nilai korelasi parsial
- k (kelas) = Subvariabel

Pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian *thitung* dibandingkan dengan *ttabel* , dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

3.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.7.1 Lokasi penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam penelitian ini adalah Kafe ngopi doeloe ranggamalela. Jl. Ranggamalela No 6-7 Bandung dengan studi kasus kepada konsumen Kafe ngopi doeloe .Jl. Ranggamalela No 6-7 Bandung yang melakukan transaksi pembelian secara langsung.

3.7.2 Waktu Penelitian

Dimulai dari keluar surat keputusan dekan sampai dengan masa berakhirnya waktu bimbingan yang tercaantum dalam surat keputusan tersebut yaitu 14 Nopember 2016 sampai dengan 25 Mei 2017

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel Promosi penjualan, Proses pelayanan terhadap

kepuasan konsumen Kafe Ngopi Doeloe Rnggamalela yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian. Dalam rancangan kuesioner terdapat dua bagian yaitu bagian pertama karakteristik yang bersisi jenis kelamin, usia, pekerjaan/ profesi, rata – rata pendapatan, pendidikan. Bagian kedua Kuesioner dibuat melalui daftar pernyataan berdasarkan tiap indikator yaitu Promosi penjualan dan Proses pelayanan, kepuasan konsumen sebagaimana tercantum pada oprasionalisasivariabel. Populasi konsumen Kafe Ngopi Doeloe ranggamalela sejumlah 96 orang responden. Adapun pernyataan dari masing – masing pernyataan ada 5 pilihan jawaban, SS (Sangat Setuju), S (Setuju), KS (Kurang Setuju), TS (Tidak Setuju, STS (Sangat Tidak Setuju).