

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmiahan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan (Sugiyono, 2015: 3).

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan penelitian kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2015:59) pengertian pendekatan deskriptif adalah:

“Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Sedangkan menurut Moch. Nazir (2011:54) pengertian pendekatan deskriptif sebagai berikut:

“Suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa

pada masa sekarang. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki”.

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen mengenai Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sosro di lingkungan Mahasiswa Reguler Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.

Sedangkan menurut Moch. Nazir (2011:91) pengertian pendekatan verifikatif sebagai berikut:

“Metode Verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas (hubungan sebab akibat) antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis menggunakan suatu perhitungan statistik sehingga di dapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

Dalam penelitian, pendekatan verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap kepercayaan konsumen teh botol sosro di lingkungan Mahasiswa Reguler Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.

Adapun pengertian menurut Sugiyono (2015: 11) pengertian metode kuantitatif adalah:

“Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meeliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

3.2. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

3.2.1. Definisi Variabel

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data.

Menurut Sugiyono (2016:38) definisi variabel penelitian adalah :

“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”.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Harga. Variabel intervening yaitu Kepuasan Konsumen dan variabel dependen yaitu Kepercayaan Konsumen. Maka definisi dari setiap variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2015: 64) variabel Independen adalah:

“Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel Independen yang diteliti, yaitu:

a. Kualitas Produk (X_1)

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:253) Kualitas produk adalah:

“Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs”.

b. Harga (X_2)

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:312) harga adalah:

“The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service”.

2. Variabel Intervening (Y)

Menurut Sugiyono (2015: 66) variabel intervening adalah:

“Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat dimati dan diukur. Variabel ini merupakan penyela/ antara yang terletak di antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen”.

Variabel intervening dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y).

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2016:153), adalah:

“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations”.

3. Variabel Dependen (Z)

Menurut Sugiyono (2015: 64) variabel dependen adalah:

“Variabel yang sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepercayaan Konsumen (Z).

Kepercayaan konsumen menurut Mowen dan Minor dalam Etta Mamang (2013: 201) adalah sebagai berikut:

“Kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya”.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menjabarkan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Untuk mengetahui lebih jelas, maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Kualitas Produk (X ₁) <i>“Product quality is the characteristics of a product or service that bear</i>	David Garvin dalam Fandy Tjiptono (2016: 134) <i>Performance (Kinerja)</i>	Kualitas Produk	Tanggapan konsumen mengenai kualitas produk Teh Botol Sosro	Interval	1

<p><i>on its ability to satisfy stated or implied customer needs”.</i></p> <p>Kotler dan Armstrong (2015:253)</p>	<p><i>Durability</i> (Daya Tahan)</p>	<p>Daya tahan produk</p>	<p>Tingkat daya tahan produk Teh Botol Sosro</p>	<p>Interval</p>	<p>2</p>
	<p><i>Features</i> (Ciri)</p>	<p>Karakteristik dan keragaman pilihan tipe produk</p>	<p>Tanggapan konsumen mengenai karakteristik dan keragaman produk Teh Botol Sosro</p>	<p>Interval</p>	<p>3</p>
	<p><i>Conformance to Specification</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)</p>	<p>Kesesuaian dengan spesifikasi</p>	<p>Kesesuaian spesifikasi produk Teh Botol Sosro</p>	<p>Interval</p>	<p>4</p>
	<p><i>Reliability</i> (Realiabilitas)</p>	<p>Kehandalan produk</p>	<p>Tanggapan konsumen mengenai kehandalan produk Teh Botol Sosro</p>	<p>Interval</p>	<p>5</p>
	<p><i>Esthetics</i> (estetika)</p>	<p>Estetika produk</p>	<p>Tingkat estetika/keindahan dalam kemasan produk Teh Botol Sosro</p>	<p>Interval</p>	<p>6</p>
	<p><i>Perceived Quality</i> (kesan kualitas)</p>	<p>Kualitas atau keunggulan suatu produk</p>	<p>Kualitas atau keunggulan produk Teh Botol Sosro</p>	<p>Interval</p>	<p>7</p>
<p>Harga (X₂)</p> <p><i>“The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers</i></p>	<p>Kotler dan Armstrong dialihbahasakan Alexander Sindoro dan Benyamin Molan (2012: 318)</p>	<p>Harga terjangkau oleh daya beli atau kemampuan konsumen</p>	<p>Kesesuaian harga produk Teh Botol Sosro dengan daya beli atau kemampuan konsumen</p>	<p>Interval</p>	<p>8</p>

<i>exchange for the benefit of having or using the product or service</i> ".	Keterjangkaun Harga				
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kesesuaian harga dengan kualitas produk Teh Botol Sosro	Interval	9
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat produk Teh Botol Sosro	Interval	10
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga bersaing dengan produk sejenis	Tingkat harga produk Teh Botol Sosro dan produk sejenis	Interval	11
Kepuasan Konsumen (Y) <i>“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations”.</i>	Fandy Tjiptono (2016: 295)	Kesesuaian kualitas produk dengan harapan	Tingkat kesesuaian kualitas produk dengan harapan konsumen Teh Botol Sosro	Interval	12
	Kualitas Produk				
	Harga	Kesesuaian harga	Tingkat kesesuaian harga	Interval	13
	<i>Emotional Factor</i>	Nilai pelanggan dari produk	Tingkat nilai pelanggan dari produk	Interval	14
Kotler dan Keller (2016:153)	Biaya dan Kemudahan	Efisiensi pengeluaran dalam mendapatkan produk	Tingkat efisiensi pengeluaran dalam mendapatkan produk	Interval	15
		Kemudahan mendapatkan produk	Tingkat kemudahan mendapatkan produk	Interval	16

Kepercayaan kosumen (Z) “Kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya”. Mowen dan Minor dalam Etta Mamang (2013: 201)	Kotler dan Kelller (2016: 225) <i>Benevolence</i> (kesungguhan/ketulusan)	Kemungkinan kepercayaan dan ketulusan integritas dan reputasi	Tingkat kemungkinan kepercayaan konsumen dan ketulusan konsumen untuk membeli produk Teh Botol Sosro	Interval	17
	<i>Ability</i> (Kemampuan)	Kemungkinan keyakinan dan penilaian konsumen terhadap merek	Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Teh Botol Sosro	Interval	18
	<i>Integrity</i> (Integritas)	Keyakinan konsumen terhadap kejujuran perusahaan	Tingkat keyakinan seseorang terhadap kejujuran perusahaan Teh Botol Sosro	Interval	19
	<i>Willingness to depend</i>	Kesediaan konsumen untuk bergantung kepada penjual/perusahaan	Tingkat kesediaan konsumen untuk bergantung kepada merek Teh Botol Sosro	Interval	20

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dapat digunakan sebagai sumber data. Bila hasil penelitian akan digeneralisasikan, maka sampel yang digunakan sebagai sumber data harus representatif dapat dilakukan dengan cara mengambil sampel dari populasi secara random sampai jumlah tertentu. (Riduwan, 2014:37)

3.3.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:80), definisi populasi adalah sebagai berikut:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Berdasarkan pengertian di atas, maka populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Reguler Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.

Tabel 3.2
Populasi Penelitian

Program Studi	Jumlah Tahun Akademik 2015/2016
Manajemen	1272
Akuntansi	1057
Ekonomi Pembangunan	331
Jumlah	2660

Sumber : forlap.dikti.go.id

3.3.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:81) sampel adalah:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Reguler Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan. Populasi tersebut memiliki jumlah yang besar, sehingga peneliti menggunakan sampel dari populasi tersebut. Sampel dilakukan karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi

dana, waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi, dan jumlah sampel harus *representative*. Anggota sampel yang tepat digunakan menurut (Sugiyoo: 2013, 116) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka semakin kecil peluang kesalahan, begitupun sebaliknya. Dalam penelitian ini, peneliti mempersempit populasi dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di tolelir; e = 0,1

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 2660 responden. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{2660}{1 + 2660 (0,1)^2} \\ &= \frac{2660}{27,6} \\ &= 96,38 \sim 97 \text{ Orang} \end{aligned}$$

Jadi, dapat disimpulkan sampel pada penelitian ini menggunakan 97 orang responden dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2016:81) teknik sampling adalah:

“Teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.”

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah teknik *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2015:122) definisi *probability sampling* adalah:

“Teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Teknik *probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu teknik *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2015:123) pengertian *simple random sampling* adalah:

“Pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu”.

3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data penelitian yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Menurut Sugiyono (2016:308), sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban atas kuesioner yang dibagikan kepada responden. Selain itu, data yang digunakan dalam penelitian ini juga berasal dari berbagai literatur seperti penelitian sebelumnya, dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data yang dilakukan peneliti pada penelitian ini yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden penelitian. Peneliti tidak perlu memberikan instruksi secara langsung kepada responden penelitian, karena pada kuesioner telah dicantumkan penjelasan cara pengisian kuesioner, sehingga diasumsikan bahwa responden penelitian dapat memahami cara pengisian kuesioner yang benar.

Selain itu, untuk mendapatkan data yang diperlukan guna menunjang penelitian maka dibutuhkan beberapa teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini dapat dikumpulkan teknik-teknik 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. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden mahasiswa reguler strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis ataupun pihak perusahaan PT. Sinar Sosro dengan tujuan memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

b. Kuesioner

Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti secara berstruktur yang dianggap perlu. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Reguler Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan yang dijadikan sampel dalam penelitian dan hasilnya akan dianalisis dengan menggunakan analisis statistik.

2. Studi kepustakaan (*library research*)

Dengan studi kepustakaan peneliti berusaha untuk memperoleh berbagai informasi sebanyak-banyaknya untuk dijadikan sebagai dasar teori dan acuan dalam mengolah data, dengan cara membaca, mempelajari, menelaah dan mengkaji literatur-literatur berupa buku-buku, jurnal, makalah, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Peneliti juga berusaha mengumpulkan, mempelajari, dan menelaah data-data sekunder yang berhubungan dengan objek yang akan penulis teliti.

3.5. Uji Intrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Instrumen penelitian yang lazim digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian, yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.

Instrumen penelitian dalam metode kuesioner hendaknya disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dijabarkan dalam tabel operasionalisasi variabel sehingga masing-masing pertanyaan yang akan diajukan kepada setiap responden dapat terukur. Data yang telah dijabarkan dalam tabel operasionalisasi variabel yang bersifat kualitatif akan diubah menjadi bentuk kuantitatif dengan pendekatan analisis statistik. Adapun teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik Semantic Defferensial.

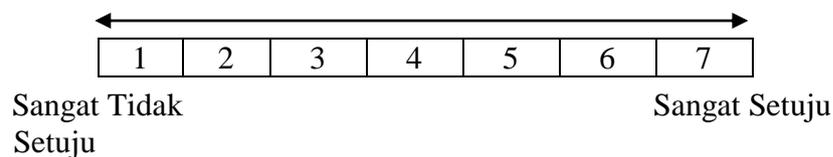
Dalam hal ini penulis menggunakan kuesioner tertutup atau jawaban sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberikan alternatif jawaban lain. Indikator-indikator untuk keempat variabel kemudian dijabarkan oleh penulis menjadi sejumlah pertanyaan-pertanyaan sehingga di peroleh data primer.

Teknik pemberian skor dalam semantic defferensial ini mengacu pada pernyataan yang dibuat oleh Sugiyono (2015:141), yaitu :

“Skala ini juga digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun *checklist*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban “sangat positif” terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang “sangat negatif” terletak di bagian kiri garis, atau

sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval, dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/karakteristik tertentu yang dipunyai oleh seseorang”

Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala semantik diferensial adalah data interval. Berikut merupakan penggunaan skala semantik diferensial :



Gambar 3.1
Skala Semantik Diferensial

Berdasarkan Tabel 3.3, maka dapat diketahui penggunaan skala semantik diferensial menghasilkan jawaban pertanyaan berupa kecenderungan dimana apabila responden menjawab 1-4 maka responden dikatakan cenderung tidak setuju atau cenderung tidak baik, 5-7 maka responden menjawab cenderung setuju atau cenderung baik. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, alat pengukuran tersebut yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk membantu menulis melakukan penelitian. Untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian, yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Sugiyono (2016:168) mengemukakan bahwa:

“Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Jika koefisien korelasinya sama atau di atas 0,30 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya kurang dari 0,30 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus *Pearson Product Moment* berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\}\{n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Sumber : Sugiyono (2016:241)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

$\sum x_i$ = Jumlah Skor Item

$\sum y_i$ = Jumlah Skor total (seluruh item)

n = Jumlah Responden

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sugiyono (2016:168)

menyatakan penelitian yang reliabel adalah: "...bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda".

Uji reliabilitas kuesioner dilakukan dengan teknik *Cronbach Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar. Menurut Sugiyono (2016:184), mengemukakan bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6.

3.6. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016:147) yang dimaksud teknik analisis data adalah:

"Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah : mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan".

Analisis data yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016:147) analisis deskriptif adalah:

"Menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi".

Analisis data merupakan penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dipahami, dibaca dan diinterpretasikan. Dalam menentukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya dapat dipergunakan. Metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan

untuk mendapatkan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan mengenai indikator-indikator dalam variabel yang ada pada penelitian. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner, dimana yang diteliti adalah sampel yang telah ditentukan sebelumnya yaitu kepada mahasiswa reguler strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan. Membagikan daftar kuesioner ke bagian-bagian yang telah ditetapkan, dengan tujuan mendapatkan keakuratan informasi yang diinginkan.

Dalam melakukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya dapat dipergunakan. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner, dimana yang diteliti adalah sampel yang telah ditentukan sebelumnya langkah-langkah yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Membuat pertanyaan atau kuesioner dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan yang akan diberikan kepada responden, yaitu Mahasiswa Reguler Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
2. Membagikan daftar kuesioner, dengan tujuan mendapatkan keakuratan informasi yang diinginkan.
3. Mengumpulkan jawaban atas kuesioner yang telah diisi oleh responden dikumpulkan oleh peneliti untuk dapat diolah menjadi data yang dapat diinformasikan.
4. Memberikan skor atas jawaban pemberian responden, setiap item dari kuesioner dengan rentang nilai 1 sampai 7 pada masing-masing pernyataan.

5. Membuat tabulasi jawaban responden atas kuesioner.
6. Melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap setiap pertanyaan kuesioner dan Membuat kesimpulan setiap variabel.

3.6.2. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis yang berarti menguji kebenaran teori yang sudah ada, dengan menganalisis:

1. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Teh Botol Sosro.
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap kepercayaan konsumen Teh Botol Sosro.

Metode analisis verifikatif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis utama yang dilakukan adalah untuk menguji konstruk jalur apakah teruji secara empiris atau tidak. Analisis selanjutnya dilakukan untuk mencari pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat. Selain itu analisis jalur merupakan suatu tipe analisis multivariate untuk mempelajari efek-efek langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel sebab terhadap variabel lainnya yang disebut variabel akibat. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teori. Data dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS).

3.6.3. Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Ghozali (2013:249), menyatakan bahwa:

“Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori”.

Analisis jalur sendiri tidak menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis. Apa yang dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner.

3.6.3.1. Diagram Jalur dan Persamaan Struktural

Dalam analisis jalur sebelum peneliti melakukan analisis suatu penelitian, terlebih dahulu peneliti membuat diagram jalur yang digunakan untuk mempresentasikan permasalahan dalam bentuk gambar dan menentukan persamaan struktural yang menyatakan hubungan antar variabel pada diagram jalur tersebut.

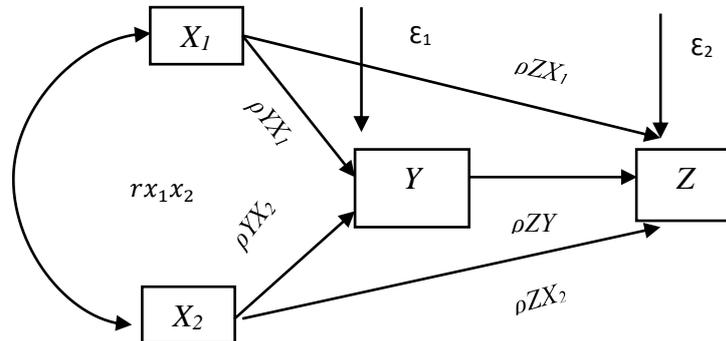
Juliansyah Noor (2014:81) menyatakan bahwa:

“Diagram jalur dapat digunakan untuk menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel Independen terhadap suatu variabel dependen. Pengaruh-pengaruh itu tercermin dalam apa yang disebut dengan koefisien jalur, dimana secara matematik analisis jalur mengikuti mode struktural”.

a. Diagram Jalur

Langkah pertama dalam analisis jalur adalah merancang diagram jalur sesuai dengan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian.

Berdasarkan judul penelitian, maka model analisis jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.2
Diagram Jalur

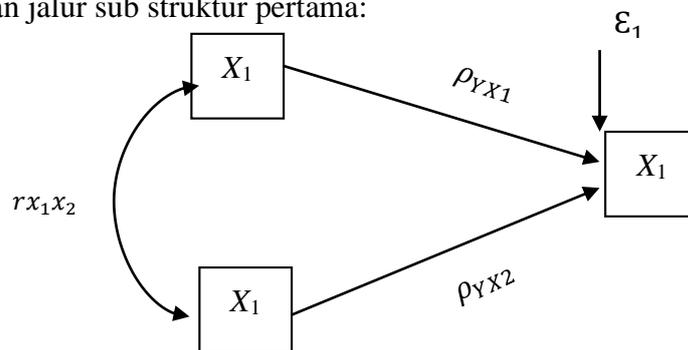
b. Persamaan Struktural

Menurut Juliansyah Noor (2014:84) persamaan struktural adalah:

“Persamaan struktural adalah persamaan yang menyatakan hubungan antarvariabel pada diagram jalur yang ada”.

Berdasarkan diagram jalur pada Gambar 3.2 di atas, dapat diformulasikan ke dalam bentuk persamaan struktural, yaitu:

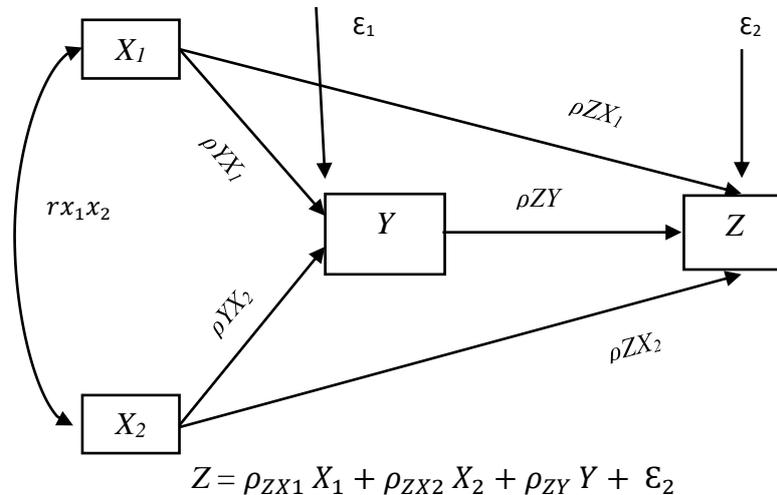
Persamaan jalur sub struktur pertama:



$$Y = \rho_{YX_1} X_1 + \rho_{YX_2} X_2 + \epsilon_1$$

Gambar 3.3
Sub Struktur Pertama : Diagram Jalur X_1 dan X_2 terhadap Y

Persamaan jalur substruktur ke-dua:



Gambar 3.4

Sub Struktur Ke-dua : Diagram Jalur X_1 X_2 dan Y terhadap Z

Keterangan:

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

Y = Kepuasan Konsumen

Z = Kepercayaan Konsumen

$r_{x_1x_2}$ = Koefisien Korelasi Kualitas Produk dengan Harga

r_{x_1y} = Koefisien Korelasi Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen

$\rho_{YX_1} X_1$ = Koefisien Jalur Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

$\rho_{YX_2} X_2$ = Koefisien Jalur Harga terhadap Kepuasan Konsumen

r_{x_2y} = Koefisien Korelasi Harga dengan Kepuasan Konsumen

ϵ_1 = Faktor lain yang mempengaruhi Pengungkapan Kepuasan Konsumen

$\rho_{ZX1} X_1$ = Koefisien Jalur Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen

ρ_{ZX_2} X_2 = Koefisien Jalur Harga terhadap Kepercayaan Konsumen

ρ_{ZY} Y = Koefisien Jalur Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen

ϵ_2 = Faktor lain yang mempengaruhi Kepercayaan Konsumen

3.6.3.2. Koefisien Jalur

Untuk memperoleh nilai koefisien jalur dari masing-masing variabel Independen, terlebih dahulu dihitung korelasi antar variabel menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Nilai korelasi yang diperoleh dapat diinterpretasikan dengan berpedoman pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014:250)

Setelah koefisien korelasi antar variabel dihitung, selanjutnya dihitung koefisien jalur. Adapun langkah-langkah manual yang dilakukan dalam analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Membuat matriks korelasi antar variabel Independen dan dependen yaitu:

$$R_1 = \begin{bmatrix} 1 & r_{x_1x_2} \\ r_{x_2x_1} & 1 \end{bmatrix} \text{ dan } R_{x_iy} = \begin{bmatrix} r_{x_1y} \\ r_{x_2y} \end{bmatrix}$$

2. Menghitung matriks Invers korelasi untuk variabel independen (R_1^{-1}), yaitu:

$$R_1^{-1} = \begin{bmatrix} C_{11} & C_{12} \\ C_{21} & C_{22} \end{bmatrix}$$

3. Menghitung Koefisien jalur P_{YX_i} ($i = 1,2$), dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{YX_i} = \frac{-(CR_{YX_i})}{CR_{YY}}$$

Keterangan:

P_{YX_i} : Merupakan koefisien jalur dan dari variabel X_i terhadap variabel Y

CR_{YX_i} : Unsur atau elemen pada baris ke-Y dan kolom ke- X_i dari matriks invers

CR_{YY} : Unsur atau elemen pada baris Y dan kolom Y dari matriks invers

4. Menghitung $R^2_{y(X_1X_2)}$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1X_2 terhadap Y, dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2_{YX_1...X_k} = 1 - \frac{1}{CR_{YY}} = \sum_1^k P_{YX_i} r_{YX_i}$$

5. Menghitung $P_{Y\varepsilon}$ berdasarkan rumus:

$$P_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{y_iX_1X_2}}$$

Setelah koefisien jalur dihitung selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan variabel independen yang sedang diteliti berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Namun, karena kerumitan dalam perhitungan koefisien jalur peneliti menggunakan bantuan *software* AMOS – SPSS 20 (*Statistical Package for Social Science*).

3.6.4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen kepada variabel dependen. Dalam pengujian hipotesis ini, peneliti menetapkan dengan menggunakan uji signifikan, dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

Hipotesis nol (H_0) adalah suatu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen sedangkan hipotesis alternatif (H_a) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan secara simultan (uji F) maupun secara parsial (uji t).

3.6.4.1. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F untuk mengetahui semua variabel independen maupun menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F . Uji F didefinisikan dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{(n-k-1) \times R_{YX_1X_2}^2}{k \times (1 - R_{YX_1X_2}^2)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi X_1, X_2, Y

n = Jumlah Observasi

k = Banyaknya Variabel

Setelah mendapatkan nilai F_{hitung} ini, kemudian dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 5%.

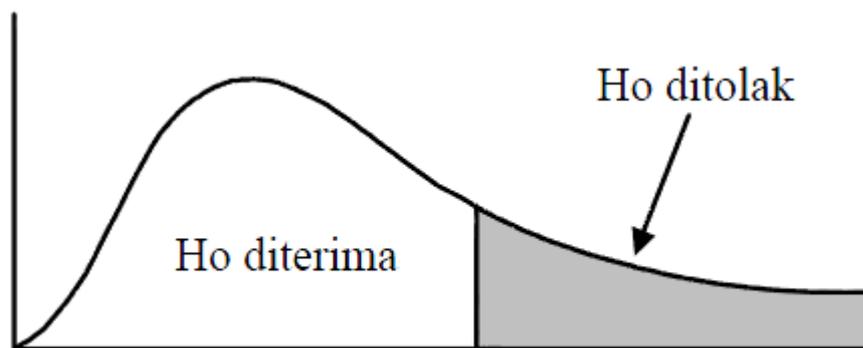
Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Ho diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Jika angka signifikan $\geq 0,05$, maka H_0 tidak ditolak.

Jika angka signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak.



Gambar 3.5
Daerah Penolakan Hipotesis

Kemudian akan diketahui hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau tidak, adapun hipotesis secara simultan adalah:

1. $H_0: \rho_{yxi_{1-2}} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

$H_a: \rho_{yxi_{1-2}} \neq 0$: Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

2. $H_o: \rho_{zxi_{1-2}} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen.

$H_a: \rho_{zxi_{1-2}} \neq 0$: Terdapat pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen.

Bila H_o diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dinyatakan tidak signifikan dan sebaliknya jika H_o ditolak menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dinyatakan signifikan.

3.6.4.2. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t disebut juga uji signifikan individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_o ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan.

Rumus untuk uji t sebagai berikut:

$$t_i = \frac{\rho_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1-R_Y^2(X_1, X_2)) \times CR_{ii}}{(n-k-1)}}$$

Keterangan:

ρ_{Yx_1} = Koefisien jalur

$R_Y^2(X_1, X_2)$ = Koefisien determinasi

CR_{ii} = Nilai diagonal invers matrik korelasi

K = Banyaknya variabel independen dalam sub-struktur yang sedang diuji

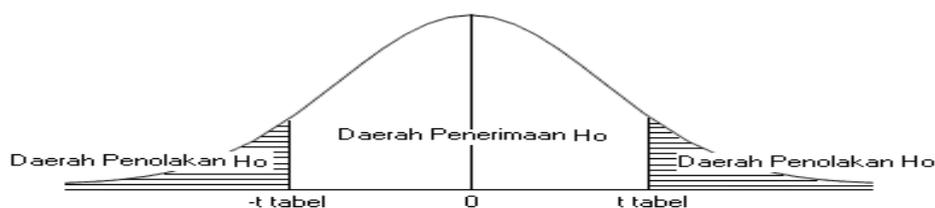
Hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

Uji hipotesis *two tailed* positif

Ho ditolak: jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau jika $\alpha < 5\%$

Ho diterima: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, atau jika $\alpha > 5\%$

Apabila Ho diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan dan sebaliknya apabila Ho ditolak, maka hal ini diartikan bahwa berpengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai berpengaruh secara signifikan.



Gambar 3.6
Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0: \rho_{yx_1} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

$H_a: \rho_{yx_1} \neq 0$: Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

2. $H_0: \rho_{yx_2} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

$H_a: \rho_{yx_2} \neq 0$: Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

3. $H_0: \rho_{zx_1} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen

$H_a: \rho_{zx_1} \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen

4. $H_0: \rho_{zx_2} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepercayaan Konsumen

$H_a: \rho_{zx_2} \neq 0$: Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepercayaan Konsumen

5. $H_0: \rho_{zy} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen

$H_a: \rho_{zy} \neq 0$: Terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen

3.6.4.3. Koefisien Determinasi

Nilai Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Sumber: Sugiyono (2012:257)

Keterangan :

KD : Koefisien determinasi

R^2 : Koefisien korelasi yang dikuadratkan

3.7. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada bulan Februari sampai dengan selesai dan lokasi penelitian adalah di Kampus II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung, Jalan Tamansari 6-8 Bandung.