**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

**3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara utama yang digunakan peniliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan. Menurut (Sugiyono 2013:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2013:35) metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih variabel (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan variabel satu sama lain. Metode ini ditunjukan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah bagaimana persepsi konsumen tentang kualitas produk di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung, bagaimana persepsi konsumen tentang suasana toko di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung dan bagaimana persepsi konsumen tentang kepuasan konsumen di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung.

Metode penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2013:35) adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Metode ini pada dasarnya menguji hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data dilapangan, dalam penelitian ini metode verifikatif untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung baik secara parsial dan simultan.

* 1. **Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terikat atau merupakan salah satu penyebab.

**3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian (Sugiyono, 2013:60) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas (independen) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif dengan simbol X, sedangkan variabel terikat (dependen) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dengan simbol Y.

 Penelitian ini ada tiga variabel yang akan diteliti penulis, yaitu variabel X1, X2, dan variabel Y. Variabel-varibel tersebut sebagai berikut:

1. Kualitas Produk sebagai variabel independen (X1)

“Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Kualitas Produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin dihasilkan dapat bersaing dipasaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen”. Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:121).

1. Suasana Toko sebagai variabel independen (X2)

“Suasana toko meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, pajangan barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli”. Berman dan Evan yang dialih bahasakan oleh Lina Salim (2011:528).

1. Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen (Y)

“Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/pesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk/jasa dan harapan-harapannya”. Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:128).

* + 1. **Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Penulis melakukan pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrument penelitian. Setelah itu mungkin peneliti melanjutkan analisis untuk mencari hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya, dalam penelitian ini ada tiga variabel yang diteliti, yaitu Kualitas Produk (X1), Suasana Toko (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y). Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala ordinal. Berikut ini operasionalisasi variabelnya:

**Tabel 3.1**

**Operasionalisasi Variabel**

(Dilanjutkan)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Konsep Variabel** | **Dimensi** | **Indikator** | **Ukuran** | **Skala** | **No. item** |
| **Kualitas Produk****(X1)**“Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Kualitas Produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin dihasilkan dapat bersaing dipasaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen”. **Kotler dan Keller yang dialih bahasakan Bob Sabran (2012:121)** | *Performance* (Kinerja)  | Keunggulan produk | Tingkat keunggulan produk | Interval | 1 |
| Ketahanan produk | Tingkat ketahanan produk | Interval | 2 |
| *Features* (Ciri-ciri) | Desain yang beraneka ragam | Tingkat keanekaragaman produk | Interval | 3 |
| Inovasi desain produk unik | Tingkat keunikan desain | Interval | 4 |
| *Conformance to specification* (Kesesuaian dengan spesifikasi) | Kesesuaian standar kualitas produk | Tingkat kesesuaian standar kualitas produk | Interval | 5 |
| *Reliability*(Keandalan) | Kualitas bahan dasar produk | Tingkat kualitas bahan dasar produk | Interval | 6 |
| *Durability*(Daya tahan)  | Umur produk panjang | Tingkat umur produk | Interval | 7 |
| *Esthetica*(Estetika) | Daya Tarik produk | Tingkat daya Tarik produk | Interval | 8 |
| *Perceived quality*(Kualitas yang dipersepsikan)  | Persepsi harga dengan kualitas produk | Tingkat persepsi harga dengan kualitas produk | Interval | 9 |
| **Suasana Toko****(X2)**“Suasana toko meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, pajangan barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli”. **Berman dan Evan yang dialih bahasakan Lina Salim (2011:528)** | *Eksterior* (Bagian depan distro) | Bangunan luar distro menarik | Tingkat ketertarikan bangunan luar distro | Interval | 1 |
| Logo distro menarik | Tingkat ketertarikan logo distro | Interval | 2 |
| *General interior* (Bagian dalam distro) | Pencahayaan ruangan | Tingkat pencahayaan ruangan | Interval | 3 |
| Pemeliharaan kebersihan dalam distro | Tingkat pemeliharaan kebersihan dalam distro | Interval | 4 |
| Pengaturan suhu udara | Tingkat pengaturan suhu udara | Interval | 5 |
| Intensitas aroma pewangi ruangan | Tingkat intensitas aroma pewangi ruangan | Interval | 6 |
| Ketersediaan hiburan (musik) | Tingkat ketersediaan hiburan music | Interval | 7 |
| *Store layout* (Tata letak distro) | Kerapihan pengelompokan barang | Tingkat kerapihan pengelompokan barang | Interval | 8 |
| Intensitas arus pengunjung | Tingkat kemudahan transportasi | Interval | 9 |
|  *Interior display* (Penataan produk) | Ketersediaan papan petunjuk | Tingkat ketersediaan papan petunjuk dalam ruangan | Interval | 10 |
| Keberadaan poster | Tingkat keberadaan poster | Interval | 11 |
| **Kepuasan Konsumen****(Y)**“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/pesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk/jasa dan harapan-harapannya”. **Kotler dan Keller yang dialih bahasakan Bob Sabran (2012:128)**  | *Performance* (Kinerja) | Persepsi kinerja kualitas produk | Tingkat persepsi kinerja kualitas produk | Interval | 1 |
| Persepsi kenyataan suasana distro | Tingkat persepsi kenyataan suasana distro | Interval | 2 |
| *Expectation* (Harapan) | Kesesuaian harapan kualitas produk | Tingkat kesesuaian harapan kualitas produk | Interval | 3 |
| Kesesuaian harapan tampilan suasana distro | Tingkat kesesuaian harapan tampilan suasana distro | Interval | 4 |

(Lanjutan Tabel 3.1)

* 1. **Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan wilayah generalisasi berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan, sedangkan sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diteliti.

* + 1. **Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2013:72) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian di Distro Badger *Invaders* Bandung. Dimana penelitian ini dilakukan selama 7 hari untuk pengambilan jumlah konsumen yaitu pada tanggal 24 April - 30 April dengan jumlah konsumen sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

**Jumlah Populasi**

|  |  |
| --- | --- |
| **Hari** | **Jumlah Konsumen** |
| Senin | 18 konsumen |
| Selasa | 20 konsumen |
| Rabu | 27 konsumen |
| Kamis | 22 konsumen |
| Jumat | 25 konsumen |
| Sabtu | 36 konsumen |
| Minggu | 42 konsumen |
| **Jumlah** | **190 konsumen** |

Sumber: Hasil Observasi Penulis

Berdasarkan hasil observasi selama 7 hari di Distro Badger *Invaders* diketahui bahwa jumlah konsumen yang melakukan pembelian produk yaitu sebanyak 190 konsumen.

* + 1. **Sampel**

Sampel (Sugiyono, 2013:116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan yang dilakukan untuk populasi, oleh karena itu untuk sampel yang di ambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). Cara menentukan ukuran sampel dengan metode slovin, sebagai berikut:



Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas tolerasi kesalahan *(error tolerance)*

Jadi :

n = 190

 1+190 (0,1)2

 n = 65,5 Responden

Jadi (N) = 190 responden, sedangkan (n) = 66 responden (dibulatkan).

* 1. **Teknik Sampling**

 Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling *(Probability Sampling).* Teknik *random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Random sampling* disebut juga dengan pengambilan sampel secara rambang/acak, yaitu pengambilan sampel tanpa pilih/pandang bulu, yang didasarkan atas prinsip matematis yang telah teruji dalam praktek. Teknik ini dipandang sebagai teknik sampling paling baik dalam penelitian.

* 1. **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan keterangan yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, yaitu:

1. Studi kepustakaan

Yaitu dengan memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang ada kaitannya dibidang manajemen sumber daya manusia yang berhubungan dengan objek penelitian.

1. Studi lapangan

Yaitu mencari dan memperoleh data dari instansi dan para pegawai sebagai responden yang penulis teliti.

1. Observasi

Yaitu melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung di distro.

1. Wawancara

Yaitu dengan cara mengadakan wawancara dengan pemilik distro yang mempunyai wewenang yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti sekaligus menjadi objek penelitian.

1. Kuesioner

Yaitu cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dipersiapkan secara tertulis dengan menyebarkan angket dan disertai dengan alternatif jawaban yang akan diberikan kepada responden pada saat jam kerja.

* 1. **Uji Instrumen Penelitian**

 Uji intrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan denga persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

* + 1. **Uji Validitas**

Uji validitas adalah untuk mengetahui sah tidaknya instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti (Imam Ghozali, 2010).

Cara untuk mencari nilai validitas dari sebuah item adalah dengan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel tersebut, apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid. Metode korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

r = $\frac{n\sum\_{}^{}ΧiYi-\left(∑Χi\right)(∑Yi)}{⎷\left\{n ∑Xiˆ2-\left(∑Χi\right)ˆ2\right\}\{n ∑Yiˆ2-(∑Yi)ˆ2\}}$

Setelah angka korelasi diketahui, kemudian dihitung nilai t dari r dengan rumus:

t = $\frac{r\sqrt{n}-2 }{\sqrt{1}-rˆ2}$

 Setelah itu, dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila thitung > ttabel, berarti data tersebut signifikan (valid) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya bila thitung ≤ ttabel, berarti data tersebut tidak signifikan (tidak valid) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Pernyataan-pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitasnya.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Validititas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul *Item-Total Statistic*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari *Corrected item-Total Correlation* > 0,30. Sugiyono,(2013:124).

**Tabel 3.3**

**Hasil Uji Validitas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **No** | **R Hitung** | **R Tabel** | **Keterangan** |
| **X1****Kualitas Produk** | 1. | 0,712 | 0.300 | Valid |
| 2. | 0,626 | 0.300 | Valid |
| 3. | 0,754 | 0.300 | Valid |
| 4. | 0,740 | 0.300 | Valid |
| 5. | 0,510 | 0.300 | Valid |
| 6. | 0,551 | 0.300 | Valid |
| 7. | 0,340 | 0.300 | Valid |
| 8. | 0,637 | 0.300 | Valid |
| 9. | 0,572 | 0.300 | Valid |
| **X2****Suasana Toko** | 1. | 0,588 | 0.300 | Valid |
| 2. | 0,793 | 0.300 | Valid |
| 3. | 0,378 | 0.300 | Valid |
| 4. | 0,567 | 0.300 | Valid |
| 5. | 0,489 | 0.300 | Valid |
| 6. | 0,480 | 0.300 | Valid |
| 7. | 0,510 | 0.300 | Valid |
| 8. | 0,761 | 0.300 | Valid |
| 9. | 0,467 | 0.300 | Valid |
| 10. | 0,716 | 0.300 | Valid |
| 11. | 0,622 | 0.300 | Valid |
| **Y****Kepuasan Konsumen** | 1. | 0,346 | 0.300 | Valid |
| 2. | 0,339 | 0.300 | Valid |
| 3. | 0,332 | 0.300 | Valid |
| 4. | 0,343 | 0.300 | Valid |

Sumber: Hasil pengolahan data, Juni (2017)

Berdasarkan Tabel uji validitas diatas menunjukan bahwa keseluruhan item pada variabel kualitas produk, suasana toko dan kepuasan konsumen dapat dikatakan valid karena skor total positif dan besarnya 0,3 ke atas atau r Hitung > r Tabel dan bernilai positif, artinya pertanyaan yang hendak digunakan untuk mengukur variabel tersebut sudah tepat. Sugiyono,(2013:124).

* + 1. **Uji Reliabilitas**

 Sugiyono (2013:121) mengemukakan bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Cara menguji reliabilitas yaitu dengan menggunakan metode *Split half*. Hasilnya bisa dilihat dari nilai *Correlation Between Forms*. Jika rhitung **>** rtabel, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel atau membandingkannya dengan nilai *cut off point* 0,3 maka reliabel jika r > 0,3. Sebaliknya, jika rhitung **<**rtabel maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel. Pengujian reabilitas dengan *Alpha Cronbach* bisa dilihat dari nilai *Alpha*, jika nilai *Alpha* > dari nilai rtabel yaitu 0,7 maka dapat dikatakan reliabel. Sugiyono, (2013:121).

**Tabel 3.4**

**Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **R Hitung** | **R Tabel** | **Keterangan** |
| Kualitas Produk | 0,870 | 0,700 | Reliabel |
| Suasana Toko | 0,875 | 0,700 | Reliabel |
| Kepuasan Konsumen | 0,745 | 0,700 | Reliabel |

Sumber: Hasil pengolahan data, Juni (2017)

Hasil pengujian reliabilitas menunjukan bahwa kualitas produk sebesar 0,870. Suasana toko sebesar 0,875 dan kepuasan konsumen sebesar 0,745 dikatakan reliabel karena lebih besar dari 0,7. Sugiyono, (2013:121).

* 1. **Metode Analisis Data**

Pengolahan data menggunakan perhitungan statistik regresi berganda berdasarkan hasil perolehan data dari jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan.

 *Rating scale* digunakan untuk menghasilkan data-data statistik pada lembar observasi, agar mempermudah penulis untuk mendapatkan data. Berbeda dengan skala pengukuran sebelumnya, pada *rating scale* ini data yang diperoleh adalah data kuantitatif yang ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. Menurut Sugiyono (2013:141) bahwa pada skala *rating scale* terdapat interval sebagai berikut :

**Tabel 3.5**

**Alternatif Jawaban *Rating Scale***

|  |  |
| --- | --- |
| **Keterangan** | **Interval Jawaban** |
| Sangat Baik | 4 |
| Cukup Baik | 3 |
| Kurang Baik | 2 |
| Sangat Tidak Baik | 1 |

 Sumber: Sugiyono (2013:141)

Ketika data tersebut terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data, disajikan dalam bentuk tabel dan dianalisis. Penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden, dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan. Pensekoran dilakukan dengan menggunakan *rating scale* dengan interval skor 1 (Sangat Tidak Baik) sampai dengan 4 (Sangat Baik).

* + 1. **Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Menurut Sugiyono (2013:53) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Variabel penelitian ini yaitu kualitas produk, suasana toko dan kepuasan pelanggan.

 Hasil penyebaran kuesioner tersebut selanjutnya dicari rata-ratanya dengan menggunakan rumus dari Husein Umar (2011:130)

Nilai rata-rata = ∑ (*frekuensi \*bobot*)

 ∑ sampel *(n)*

 Setelah rata-rata skor dihitung, maka untuk mengkategorikan mengklasifikasikan kecenderungan jawaban responden kedalam skala dengan formulasi sebagai berikut:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 4

Lebar Skala = 4-1

 = 0,75

 4

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

**Tabel 3.6**

**Tafsiran Nilai Rata-rata**

|  |  |
| --- | --- |
| **Interval** | **Kriteria** |
|  1,00 - 1,75 | Sangat Tidak Baik  |
|  1,76 - 2,50 | Kurang Baik |
|  2,51 - 3,25 | Cukup Baik |
|  3,26 - 4,00 | Sangat Baik |

Sumber: Husein Umar (2011:130)

* + 1. **Analisis Verifikatif**

Analisis 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. Berikut ini merupakan beberapa pengujian yang akan digunakan dalam analisis verifikatif.

* + - 1. **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel X1 (kualitas produk) dan X2 (suasana toko) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen).

Rumus yang digunakan:

 ***Y = a + b1X1+b2X2***+**e**

Dimana :

Y = Kepuasan konsumen

α = Konstanta

b1-b2 = Koefisien regresi variabel independen

X1 = Kualitas produk

X2 = Suasana toko

e = Standar error / variabel pengganggu

* + - 1. **Analisis Korelasi Ganda**

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana derajat kekuatan hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Pada penelitian ini korelasi ganda terdapat tiga variabel, yaitu antara variabel kualitas produk (X1), suasana toko (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui kuatnya hubungan antara variabel X dan Y atau mungkin kontribusi X terhadap Y. Algifari (2010:14) mendefinisikan korelasi sebagai derajat hubungan yang terjadi antara satu variabel dengan variabel lainnya. Imam Ghozali (2006:173) juga menyebutkan bahwa uji korelasi digunakan untuk mencari besarnya hubungan dan arah hubungan variabel yang satu dengan variabel lainnya. Analisis korelasi ganda dirumuskan sebagai berikut:

Ry(1,2) = *β* 1∑X1Y + *β* 2∑X2Y

 ∑Y2

Patokan untuk memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan itu, maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera di bawah ini:

**Tabel 3.7**

**Interpretasi Terhadap 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 (2013:246)

Hasil perhitungan korelasi dapat negatif atau positif maka koefisien dibatasi antara -1 sampai 1. Bila nilai koefisien korelasi negatif berarti kedua variabel tersebut saling terbalik.

* + - 1. **Uji Hipotesis**

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan.

* + - 1. **Uji Hipotesis Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Uji F dilaksanakan dengan langkah membandingkan dari Fhitung dan Ftabel. Nilai Fhitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian ANOVA. Hipotesis statistik yang diajukan sebagai berikut:

* + - * 1. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (H1) :

H0: b1 & b2 = 0, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X1) dan suasana toko (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

H1: b1 & b2 ≠ 0, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X1) dan suasana toko (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

* 1. Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu α= 0,05. Selanjutnya hasil hipotesis Fhitung dibandingkan dengan Ftabel dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika Fhitung ≥ Ftabel, maka H0 ditolak, H1 diterima.

Jika Fhitung < Ftabel, maka H0 diterima, H1 ditolak.

1. **Uji Hipotesis Parsial (Uji t)**

Uji T digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilaksanakan dengan membandingkan nilai thitung dengan nilai ttabel. Nilai thitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficients*. Berikut ini adalah langkah-langkah dengan menggunakan uji t :

1. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (H1) :

H0: b1 = 0, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

H1: b1 ≠ 0, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

H0: b2 = 0, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel suasana toko (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

H1: b2 ≠ 0, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel suasana toko (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

1. Taraf nyata yang digunakan adalah α = 0,1. Nilai thitung dibandingkan dengan ttabel dan ketentuannya sebagai berikut :

Jika thitung ≥ ttabel, maka H0 ditolak, H1 diterima.

Jika thitung < ttabel, maka H0 diterima, H1 ditolak.

* + - 1. **Analisis Koefisien Determinasi**

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y) baik secara simultan dan parsial.

* + - 1. **Analisis Koefisien Determinasi Simultan**

Analisis koefisien determinasi simultan digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi. Menurut Sugiyono (2013:292), rumus untuk menghitung koefisien determinasi yaitu:

**KD = R2 X 100%**

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

R2 = Koefisien korelasi

* + - 1. **Analisis Koefisien Determinasi Parsial**

Analisis determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial, Imam Ghozali (2006:175). Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu:

$Kd=B x Zero Order x 100$**%**

Keterangan:

B = Beta (nilai *standardized coefficients*)

*Zero order* = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila:

Kd = 0, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah.

Kd = 1, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, tinggi.

**3.7 Lokasi Penelitian**

Penulis melakukan penelitian di Distro Badger *Invaders* Kota Bandung yang berlokasi di Jl. Trunojoyo No 23 Citarum Kota Bandung.

**3.8 Rancangan Kuesioner**

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas produk, suasana toko, dan kepuasan konsumen sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Semua pernyataan kuesioner berjumlah 24 yang terdiri dari kualitas produk yang berjumlah 9 pernyataan, suasana toko yang berjumlah 11 pernyataan dan kepuasan konsumen yang berjumlah 4 pernyataan. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana jawabannya dibatasi atau sudah ditentukan oleh penulis.