

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah (didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis), data, tujuan, dan kegunaan (Sugiyono, 2017:2). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

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 (Sugiyono, 2017:35), dan pada penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan tentang bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga yang ditawarkan teh dalam kemasan (frestea), kedua Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk, dan ketiga bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap frestea. Sedangkan metode penelitian verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Metode ini pada dasarnya menguji hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data lapangan (Sugiyono, 2017:35), dan pada penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah tentang Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk frestea terhadap kepuasan konsumen di Fakultas

Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung, baik secara simultan maupun parsial.

### **3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel penelitian**

Variabel merupakan suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan dicari informasinya serta ditarik kesimpulannya. Operasionalisasi variabel digunakan agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasional alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya.

#### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:38). 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 secara negatif dengan simbol X, variabel terikat (dependen) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas dengan simbol Y, variabel dependen juga merupakan variabel utama yang menjadi faktor dalam penelitian atau investigasi. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang akan diteliti, yaitu harga ( $X_1$ ) dan kualitas Produk ( $X_2$ ) sebagai variabel independen, dan Kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel dependen.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel adalah proses mendefinisikan variabel dengan tegas, sehingga menjadi faktor-faktor yang dapat diukur. Berikut adalah tabel mengenai konsep dan indikator dari variabel-variabel tersebut:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Angket
<b>Harga (X1)</b>  Harga adalah Jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau layanan secara lebih luas, harga adalah jumlah dari semua nilai-nilai yang pelanggan serahkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.  Kotler Dan Amstrong Terjemahan Sabran (2012:278)	Keterjangkauan harga	Harga produk yang ditawarkan	Tingkat kesesuaian harga dengan daya beli konsumen	Ordinal	1
		Harga produk sesuai dengan minat beli konsumen	Tingkat kesesuaian minat beli konsumen	Ordinal	2
	Kesesuaian harga dengan kualitas	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya	Tingkat kesesuaian dengan kualitasnya	Ordinal	3
	Daya saing harga	Harga lebih terjangkau dibanding pesaing	Tingkat harga lebih murah	Ordinal	4
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai kebutuhan	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal	5
		Harga sesuai keinginan	Tingkat kesesuaian harga dengan harapan	Ordinal	6

Lanjutan tabel 3.1

<p><b>Kualitas Produk (X2)</b></p> <p>“Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memperagakan fungsi-fungsinya dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan”.</p> <p>Kotler &amp; Keller (2012:8) Terjemahan Sabran</p> <p>Fandy Tjiptono (2012:130)</p>	Ketahanan	Kualitas ketahanan produk	Tingkat kualitas ketahanan produk	Ordinal	7
		Kualitas ketahanan kemasan	Tingkat kualitas ketahanan kemasan	Ordinal	8
		Kadaluwarsa	Tingkat Kadaluwarsa	Ordinal	9
	Keandalan	Rasa tidak berubah	Tingkat keandalan rasa	Ordinal	10
		Kemudahan penyajian	Tingkat kemudahan penyajian	Ordinal	11
		Kualitas Bahan Baku Produk	Tingkat Kualitas Bahan Baku Produk	Ordinal	12
	Penyesuaian	Kesesuaian cita rasa dengan harapan	Tingkat kesesuaian dengan cita rasa dengan harapan	Ordinal	13
		Kesesuaian desain kemasan dengan produk	Tingkat kesesuaian desain kemasan dengan produk	Ordinal	14
		Kesesuaian penyajian produk	Tingkat kesesuaian penyajian produk	Ordinal	15
	Kualitas kesesuaian	Kualitas kesesuaian produk dengan yang	Tingkat kualitas kesesuaian produk dengan	Ordinal	16

Lanjutan Tabel 3.1

		dijanji	kan		
		Kesesuaian Standar Kualitas Produk	Tingkat Kesesuaian Standar Kualitas Produk	Ordinal	17
		Konsistensi rasa produk	Tingkat konsistensi rasa produk	Ordinal	18
<p><b>Kepuasan Konsumen</b></p> <p>Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.</p> <p>Kotler &amp; Keller (2012:177) Terjemahan Sabran</p>	Kinerja	Kualitas Produk	Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas	Ordinal	19
		Harga	Tingkat kepuasan konsumen terhadap harga	Ordinal	20
	Harapan	Kualitas produk	Tingkat harapan konsumen terhadap kualitas produk yang diberikan	Ordinal	21
		Harga	Tingkat harapan konsumen terhadap harga yang diberikan	Ordinal	22

### 3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Sampel merupakan sebagian atau bertindak sebagai

perwakilan dari populasi sehingga hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan pada populasi. Penarikan sampel dapat diperlukan jika populasi yang diambil sangat banyak, dan peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau seluruh populasi maka peneliti perlu mendefinisikan populasi target dan populasi terjangkau baru kemudian menentukan jumlah sampel dan teknik sampling yang digunakan.

### 3.3.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Fokus penelitian ini berlokasi di kampus II Universitas Pasundan dimana populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan tahun ajaran 2013/2014 hingga tahun ajaran 2016/2017 yang masih aktif hingga Juni 2017 yaitu:

**Tabel 3.2**

#### **Jumlah Mahasiswa Aktif Tahun Ajaran 2013/2014 Hingga Tahun 2016/2017**

<b>Tahun</b>	<b>Program Studi</b>	<b>Jumlah</b>
2013	Manajemen	332
2014	Manajemen	374
2015	Manajemen	304
2016	Manajemen	358
<b>Total populasi</b>		<b>1368</b>

Sumber: KSBAP (per Juni 2017)

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2017:81). Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan yang dilakukan untuk populasi. Oleh karena itu untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode slovin untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diteliti. Cara menentukan ukuran sampel dengan metode slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Dimana :

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$e^2$  = Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Jadi :

$$\frac{1368}{1 + 1368(0.1)^2}$$

$$n = 93,18$$

Jadi diketahui dari perhitungan, ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 93,18 dibulatkan menjadi 93 orang responden dengan tingkat kesalahan 10%.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Teknik ini merupakan penelitian sampel, karena penulis hanya akan meneliti sebagian dari populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sugiyono (2017 : 81). Dinamakan

penelitian sampel jika kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan sebagai sesuatu yang berlaku bagi populasi. Menurut Sugiyono (2017 : 81) Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Metode *sampling* yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling accidental*, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012:62).

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

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

#### **a. Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Data yang diperoleh berdasarkan survei langsung yang dilakukan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan. dimana instansi tersebut menjadi objek penelitiannya. Tujuannya adalah guna mendapatkan data yang akurat.

Data primer bisa diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

## 1. Observasi

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2017:145) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Penulis mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.

## 2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sugiyono, 2017:142). Kuesioner akan diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. 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, Kualitas Produk, dan Kepuasan konsumen terhadap produk teh dalam kemasan (frestea) .

### **b. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)**

File atau dokumen yaitu pengumpulan data dengan mengumpulkan data file laporan perusahaan dan data yang berhubungan dengan penelitian.

#### a. Studi Kepustakaan

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.

b. Jurnal

data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian dianggap relevan, dengan topik pendidikan

c. internet

dengan cara mencari data yang berhubungan dengan topik penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis

### **3.5 Metode Analisis yang digunakan**

Dalam penelitian ini metode analisis data yang akan dipakai adalah :

1. Analisis data kuantitatif

Metode kuantitatif adalah metode tradisional, Karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafah positivisme. metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2017:7).

### 3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pernyataan untuk mengukur variable yang diteliti, sebelumnya harus dilakukan uji validitas dan realibilitas. Bila instrument atau alat ukur tersebut tidak valid dan reliable, maka tidak akan diperoleh hasil penelitian yang baik. (Juliansyah Noor, 2012:130).

#### 3.5.1.1 Uji Validitas

Hasil penelitian dikatakan valid apabila kesamaan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur itu valid). Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sugiyono (2013 : 172).

Mencari nilai validitas dari semua item, kita akan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total item-item dari variable tersebut. Item-item tersebut jika korelasinya sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi apabila nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasinya penulis menggunakan rumus *Pearseon Product Moment*. Sugiyono (2013 : 284) dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i x_{tot} - \sum x_i (\sum x_{tot})}{\sqrt{n\sum x_i^2 - \sum x_i \{n\sum X^2_{tot} - \sum x_{tot}^2\}}}$$

dimana :

r = Koefisien Korelasi Product moment

$n$	= Jumlah Sampel
$\Sigma x_i$	= Jumlah Skor suatu item
$\Sigma x_{tot}$	= Jumlah total jawaban
$\Sigma x_i^2$	= Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item
$\Sigma x_{tot}^2$	= Jumlah kuadrat total skor jawaban
$\Sigma x_i x_{tot}$	= jumlah perkalian skor jawaban dengan total skor

Setelah itu, dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti data tersebut signifikan (valid) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , berarti data tersebut tidak signifikan (tidak valid) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Pernyataan-pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitas.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul Item – Total Statistik. Menilai valid tidaknya 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*  $> 0,30$  (Priyatno, 2009).

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesalahan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditujukan ke pada responden dengan total skor untuk seluruh item. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Apabila nilai koefisien

korelasi butir item pernyataan yang sedang diuji lebih besar dari  $r$  kritis sebesar 0,300, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut merupakan konstruksi (*construct*) yang valid. Adapun hasil uji validitas kuesioner keempat variabel yang diteliti disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 3.3**  
**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Harga ( $X_1$ )**

<b>Butir Pernyataan</b>	<b><math>r_{hitung}</math></b>	<b><math>r_{kritis}</math></b>	<b>Keterangan</b>
Item Pernyataan 1	0,868	0.300	Valid
Item Pernyataan 2	0,602	0.300	Valid
Item Pernyataan 3	0,870	0.300	Valid
Item Pernyataan 4	0,652	0.300	Valid
Item Pernyataan 5	0,501	0.300	Valid
Item Pernyataan 6	0,871	0.300	Valid

**Tabel 3.4**  
**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_2$ )**

<b>Butir Pernyataan</b>	<b><math>r_{hitung}</math></b>	<b><math>r_{kritis}</math></b>	<b>Keterangan</b>
Item Pernyataan 1	0,736	0.300	Valid
Item Pernyataan 2	0,814	0.300	Valid
Item Pernyataan 3	0,758	0.300	Valid
Item Pernyataan 4	0,674	0.300	Valid
Item Pernyataan 5	0,786	0.300	Valid
Item Pernyataan 6	0,688	0.300	Valid
Item Pernyataan 7	0,713	0.300	Valid
Item Pernyataan 8	0,735	0.300	Valid
Item Pernyataan 9	0,490	0.300	Valid
Item Pernyataan 10	0,658	0.300	Valid
Item Pernyataan 11	0,317	0.300	Valid
Item Pernyataan 12	0,483	0.300	Valid

**Tabel 3.5**  
**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen ( $Y$ )**

<b>Butir Pernyataan</b>	<b><math>r_{hitung}</math></b>	<b><math>r_{kritis}</math></b>	<b>Keterangan</b>
Item Pernyataan 1	0,669	0.300	Valid

Lanjutan Tabel 3.5

Item Pernyataan 2	0,879	0.300	Valid
Item Pernyataan 3	0,859	0.300	Valid
Item Pernyataan 4	0,689	0.300	Valid

Pada ketiga tabel di atas terlihat bahwa seluruh item pernyataan memiliki koefisien validitas yang lebih besar dari  $r_{\text{kritis}}$  0,300, sehingga item-item tersebut layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Riyadi 2010 (dalam Faisal Amri 2010:35) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *Alpha Cronbach*. *Alpha cronbach* adalah rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran. Rumus reliabilitas *Cronbach alpha* adalah sebagai berikut.

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2_{11}} \right)$$

$$\sigma^2 = \frac{\sum \sigma^2 - \frac{\sum X^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

$r_{ii}$  = Realibilitas Instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$  = Jumlah butir pertanyaan

$$\sigma_i^2 = \text{Varians total}$$

Menentukan reliabilitas dari alat ukur dapat dilihat dari nilai alfa jika nilai alfa lebih besar dari nilai  $r_{\text{tabel}}$ , skala dikelompok ke dalam lima kelas dengan renge yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat di interprestasikan sebagai berikut :

1. Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliable
2. Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliable
3. Nilai *alpha Cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliable
4. Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliable
5. Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliable

(Juliansyah Noor, 2012 : 165)

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap butir pernyataan yang termasuk dalam kategori *valid*. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji coba instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien *reliabilitas* bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,70. Adapun hasil dari uji reliabilitas berdasarkan pada rumus *alpha cronbach* diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian**

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Harga (X1)	0,812	0.7	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,812	0.7	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,779	0.7	Reliabel

Nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuesioner masing-masing variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0,70 hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada kuesioner andal untuk mengukur variabelnya.

### 3.5.2 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber 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 diajukan (Sugiyono, 2015:147).

Metode analisis data yang digunakan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka metode analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. (Sugiyono, 2015:243).

Sugiyono (2013:132) berpendapat bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang, atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi positif. Terdapat lima kategori pembobotan dalam skala likert ialah sebagai berikut:

**Tabel 3.7**  
**Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert**

Bentuk Pernyataan	Alternatif Jawaban	Skor
Positif	Sangat Setuju	5

**Lanjutan Tabel 3.3**

Positif	Setuju	4
	Kurang Setuju	3
	Tidak Setuju	2
	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2013:93)

Mengacu pada ketentuan tersebut, maka jawaban dari setiap responden dapat dihitung skornya yang kemudian skor tersebut ditabulasikan untuk menghitung validitas dan reliabilitasnya.

### 3.5.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. 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 (Sugiyono, 2013:53). Variabel penelitian ini yaitu harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen.

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

$$\text{Nilai rata - rata} = \frac{\text{frekuensi} \times \text{bobot}}{\text{sampel } n}$$

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

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

$$\text{Lebar Skala} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

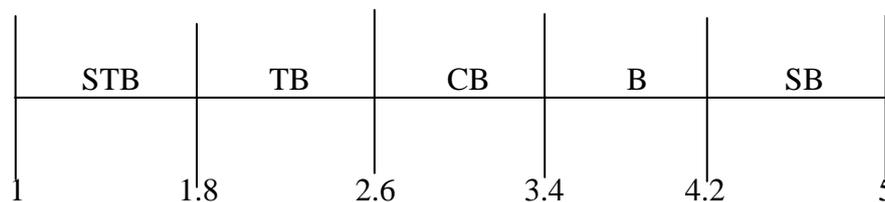
Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

**Tabel 3.8**  
**Tafsiran Nilai Rata-rata**

Interval	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat tidak baik/sangat rendah
1,81 – 2,60	Tidak baik/rendah
2,61 – 3,40	Cukup/sedang
3,41 – 4,20	Baik/tinggi
4,21 – 5,00	Sangat baik/sangat tinggi

Sumber : Husein Umar (2011:10)

Secara garis kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinum**

### 3.5.4 Analisis Verifikatif

Penelitian Verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji Hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang akan digunakan seperti *Method of Succeshive*

*Interval* (MSI), Analisis Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi.

### 3.5.5 *Method of Succeshive Interval* (MSI)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuisisioner, dimana yang asalnya Ordinal dirubah menjadi Skala Interval, karena dalam penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan Skala Interval. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan teknik *Succesive Interval Method*. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

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

Menentukan nilai transformasi:

$$SV = \frac{\text{Density of Lower Limit} - \text{Density of Upper Limit}}{\text{Area under Upper limit} - \text{Area under Lower Limit}}$$

Menentukan nilai transformasi :

$$Y = SV + K \quad \text{Dimana : } K = 1 + SV \text{ min}$$

Digunakan dalam penelitian ini untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke dalam skala interval, maka penulis menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS *for windows*.

### 3.5.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

$Y$  = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

$a$  = Bilangan konstanta

$b_1b_2$  = Koefisien arah garis

$X_1$  = Variabel bebas (Harga)

$X_2$  = Variabel bebas (Kualitas Produk)

Nilai  $a$ ,  $b_1$ ,  $b_2$ , dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

Setelah  $a$ ,  $b_1$  dan  $b_2$  didapat, maka akan diperoleh persamaan  $Y$ .

### 3.5.7 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antar variabel  $X_1, X_2$ , terhadap  $Y$ , dengan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$R = \frac{JK_{regresi}}{Y^2}$$

Dimana:

$R$  = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$  = Jumlah kuadrat

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat total korelasi

Untuk memperoleh nilai  $JK_{regresi}$  perhitungan dengan menggunakan rumus :

$$JK_{regresi} = b_1 \quad X_1 Y + b_2 \quad X_2 Y$$

Dimana :

$$X_1 Y = \quad X_1 Y - \frac{X_1 \quad Y}{n} \qquad X_2 Y = \quad X_2 Y - \frac{X_2 \quad Y}{n}$$

Untuk memperoleh nilai  $\sum Y^2$  digunakan rumus :

$$Y^2 = \quad Y^2 - \frac{Y^2}{n}$$

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

- Apabila  $r = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel  $X_1, X_2$ , dan variabel  $Y$
- Apabila  $r = -1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel negatif
- Apabila  $r = 0$ , artinya tidak terdapat korelasi.

Interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variable-variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2013) seperti tertera pada tabel berikut :

**Tabel 3.9**  
**Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0, 199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:184)

### 3.5.8 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. Uji hipotesis antara variabel  $X_1$  (Harga),  $X_2$  (Kualitas Produk), dan  $Y$  (Kepuasan Konsumen), dengan menggunakan uji simultan atau keseluruhan sebagai berikut :

#### 1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Uji F dilaksanakan dengan langkah membandingkan dari  $F_{hitung}$  dari  $F_{tabel}$ . Nilai  $F_{hitung}$  dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian ANOVA. Hipotesis statistik yang diajukan, sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2, = 0$ , Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas produk ( $X_2$ ) kepuasan konsumen ( $Y$ ).

$H_a : \beta_1, \beta_2, \neq 0$ , Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas produk ( $X_2$ ) kepuasan konsumen (Y).

Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu  $\alpha = 0,1$ . Selanjutnya hasil hipotesis  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## 2. Uji T (Uji Parsial)

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

a. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) :

$H_0 : \beta_1 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_a : \beta_1 \neq 0$ , Terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_0 : \beta_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_0 : \beta_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y).

- b. Taraf nyata yang digunakan adalah  $\alpha = 0,1$ . Nilai  $T_{hitung}$  dibandingkan dengan  $T_{tabel}$  dan ketentuannya sebagai berikut :

Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### 3.5.9 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) atau *adjusted*  $R^2$  bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai  $R^2$  atau *adjusted*  $R^2$  adalah diantara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya jika mendekati nol.

Dalam uji linear berganda, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$  dan variabel  $Y$ . Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus :

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

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

$R^2$  = Kuadrat koefisien korelasi berganda

Kriteria untuk analisis Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut :

- a. Jika KD mendekati (0), berarti pengaruh variabel *Independent* terhadap *dependent* lemah.

- b. Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel *independent* terhadap *dependent* kuat.

### **3.6 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 harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen sebagai mana tercantum dalam operasionalisasi variabel semua pernyataan kuesioner berjumlah 22 yang terdiri dari harga yang berjumlah 6 pernyataan, kualitas produk yang berjumlah 12 pernyataan, dan Kepuasan konsumen yang berjumlah 4 pernyataan. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana jawabannya dibatasi atau sudah ditentukan oleh penulis.

### **3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penulis melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. Pada bulan Mei 2017 sampai bulan Agustus 2017.