

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan. Menurut (Sugiyono 2013:2) metode penelitian ini 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 ditunjukkan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pelanggan tentang kualitas produk Kawasaki Ninja 250FI di member KNC bandung
2. Bagaimana persepsi pelanggan tentang harga Kawasaki Ninja 250FI di member KNC bandung
3. Bagaimana persepsi pelanggan tentang kepuasan pelanggan Kawasaki Ninja 250FI di member KNC 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 sebagai berikut:

“Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kawasaki Ninja 250FI di konsumen Kawasaki Ninja Club bandung baik secara parsial dan simultan”.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Sedangkan operasionalisasi variabel penelitian berarti menjelaskan secara terperinci mengenai variabel-variabel yang ada di dalamnya menjadi beberapa bagian yaitu dimensi, indikator, ukuran, dan skala. Variabel-variabel dari penelitian ini terdiri dari variabel X (variabel independen) sebagai variabel bebas dan variabel Y (variabel dependen) sebagai variabel terikat.

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. teori ini dipergunakan sebagai landasan suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terikat merupakan salah satu penyebab.

Penelitian ini ada tiga variabel yang akan diteliti penulis, yaitu variabel X_1 , X_2 , dan variabel Y. Variabel-variabel tersebut sebagai berikut:

1. Kualitas Produk sebagai variabel *independen* (X_1)

“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 untuk dapat bersaing dipasaran untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen”. Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:391).

2. Harga sebagai variabel *independen* (X_2)

“Harga (*price*) adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan” (Kotler dan Amstrong 2014:662).

3. Kepuasan Pelanggan 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 (2016:27).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini 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 (X_1), Harga (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala ordinal. Berikut ini merupakan operasionalisasi variabelnya :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No · item
Kualitas Produk (X_1) "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	<i>Performance</i> (Kinerja)	Akselerasi mesin lebih unggul di bandingkan sepeda motor lain	Tingkat perbandingan akselerasi mesin	Ordinal	1
		Motor ninja 250FI memiliki suspensi yang nyaman	Tingkat perbandingan suspensi	Ordinal	2
	<i>Features</i> (Ciri-ciri)	Kapasitas tangki yang lebih besar daripada motor lain	Tingkat perbandingan kapasitas tangki	Ordinal	3
		Kenyamanan posisi badan dalam berkendara	Tingkat kenyamanan	Ordinal	4

Tabel 3.1 (lanjutan)

<p>diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin dihasilkan dapat bersaing dipasaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen”.</p> <p>Kotler dan Keller yang dialih bahasakan Bob Sabran (2012:121)</p>	<i>Conformance to specification</i> (Kesesuaian dengan spesifikasi)	Kesesuaian standar rem anti terkunci (ABS)	Tingkat kesesuaian standar rem ABS	Ordinal	5
		Kesesuaian standar mesin 250cc dengan 2 silinder	Tingkat kesesuaian standar teknologi	Ordinal	6
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Memiliki teknologi kopling yang nyaman di kecepatan tinggi	Tingkat teknologi kopling menarik	Ordinal	7
		Motor Irit bahan bakar	Tingkat bahan bakar yang irit	Ordinal	8
	<i>Durability</i> (Daya tahan)	Daya tahan body fairing motor kuat	Tingkat daya tahan body fairing kuat	Ordinal	9
		Umur mesin motor tahan lama	Tingkat umur motor tahan lama	Ordinal	10
	<i>Esthetica</i> (Estetika)	Daya tarik tampilan speedometer modern	Tingkat daya Tarik tampilan speedometer	Ordinal	11
		Tampilan fairing lebih sporty	Tingkat tampilan fairing	Ordinal	12
	<i>Perceived quality</i> (Kualitas yang di persepsikan)	Persepsi merek dengan kualitas produk yang baik	Tingkat persepsi merek dengan kualitas produk	Ordinal	13

Tabel 3.1 (lanjutan)

		Persepsi kualitas motor sport yang unggul	Tingkat persepsi kualitas motor sport	Ordinal	14
<p>Harga (price) (X2)</p> <p>Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut</p> <p>Kotler dan Amstrong yang dialih bahasakan Bob Sabran 2014:47)</p>	Keterjangkauan harga	Harga sparepart lebih murah dibanding motor sport lainnya	Tingkat perbandingan harga sparepart dengan motor sport lainnya	Ordinal	15
		Harga produk yang di tawarkan sangat terjangkau	Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal	16
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga sesuai dengan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas	Ordinal	17
		Harga produk sesuai dengan hasil yang diinginkan	Tingkat kesesuaian harga produk dengan hasil yang diinginkan	Ordinal	18
	Daya Saing harga	Harga bersaing dengan motor sport lain	Tingkat perbandingan harga dengan pesaing	Ordinal	19
		memberikan banyak program diskon atau potongan harga	Tingkat kemenarikan program diskon atau potongan harga	Ordinal	20
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk sesuai dengan manfaat yang diterima	Tingkat kesesuaian harga produk dengan manfaat	Ordinal	21
		kesesuaian harga produk dengan fitur dan spesifikasinya	Tingkat kesesuaian harga dengan fitur dan spesifikasinya	Ordinal	22

Tabel 3.1 (lanjutan)

<p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p> <p>“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/pesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk/jasa dan harapan-harapannya”.</p> <p>Kotler dan Keller yang dialih bahasakan Bob Sabran (2013:50)</p>	Kinerja	Kinerja pada kualitas motor	Tingkat kepuasan konsumen pada kualitas motor	Ordinal	23
		Kinerja pada harga motor	Tingkat kepuasan konsumen pada harga motor	Ordinal	24
	Harapan	Harapan pada desain produk	Tingkat harapan konsumen pada performa mesin dalam berkendara	Ordinal	25
		Harapan pada daya tahan sparepart motor	Tingkat harapan pada daya tahan sparepart motor	Ordinal	26

sumber : olah data oleh penelitian 2018

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian, yang padanya terkandung informasi yang ingin diketahui. Objek ini disebut dengan satuan analisis. Satuan analisis ini memiliki kesamaan perilaku atau karakteristik yang ingin diteliti. Sampel merupakan contoh atau himpunan bagian (subset) dari suatu populasi yang dianggap mewakili populasi tersebut sehingga informasi apapun yang dihasilkan oleh sampel ini bisa dianggap mewakili keseluruhan populasi.

3.3.1 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 kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 3.2
Jumlah Populasi

Bulan	Konsumen
Juli	92
Agustus	96
September	90
Oktober	93
November	95
Desember	90
Total	556
Rata-rata	93

Sumber: Hasil Observasi Penulis

Jumlah populasi dari pelanggan motor Kawasaki 250FI yang juga adalah pengguna di Kawasaki Ninja Club Bandung dari periode Juli s.d Desember 2017 sebanyak 93 orang.

3.3.2 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:

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Kesalahan maksimal yang bisa ditoleransi dalam penelitian ini ditetapkan 10%, berdasarkan kesalahan maksimal yang bisa ditoleransi untuk pengambilan sampel antara 5% - 15% (Sugiyono, 2013:57). Maka berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh :

$$n = \frac{93}{1 + 93(0.1)^2} = 48,18$$

Untuk itu peneliti mengambil sampel 50 anggota KNC Bandung sebagai responden, dimana 48,18 merupakan ukuran minimum jumlah responden.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2013:116) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2013:120), "*nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak diberi peluang/kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi

sampel”. *Nonprobability sampling* terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, *sampling incidental*, sampling jenuh, dan *snow ball sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental*, menurut Sugiyono (2013 : 122) “*sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI Kawasaki Ninja Club Bandung yang sedang berkumpul di Circle K Jl. Cihampelas No 30 Bandung

3.4 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 (*library research*)

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

2. 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:

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

a. Observasi

Yaitu melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung di tempat berkumpulnya Kawasaki Ninja Club Bandung yaitu di Circle K Jl Cihampelas No.30

b. Wawancara

Yaitu dengan cara mengadakan wawancara dengan konsumen sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI di Kawasaki Ninja Club Bandung yang mempunyai wewenang yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti sekaligus menjadi objek penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen. 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 Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Kawasaki Ninja 250FI

3.5 Metode Analisis dan Uji Hoptesis

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan analisis deskriptif dan asosiatif untuk menetapkan hubungan kausal dengan pendekatan survei, karena adanya variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk

menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diteliti.

3.5.1 Uji Validitas dan Realibilitas

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuisisioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. 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. Karena validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel, maka untuk itu, penulis juga akan melakukan kedua uji ini terhadap instrumen penelitian (kuisisioner).

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2013 : 172), 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.

Mencari nilai validitas dari semua item, kita akan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total item-item dari variabel 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 (2014 : 284) dengan rumus sebagai berikut :

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

dimana :

r = Koefisien Korelasi Product moment

n = Jumlah Sampel

$\sum x_i$ = Jumlah Skor suatu item

$\sum x_{tot}$ = Jumlah total jawaban

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

$\sum x_{tot}^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum x_i x_{tot}$ = jumlah perkalian skor jawaban dengan total skor

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas diterjemahkan dari kata reliability yang berarti hal yang dapat dipercaya. Sebuah tes dikatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi jika tes tersebut memberikan data hasil yang tetap walaupun diberikan pada waktu yang berbeda kepada responden yang sama. Hasil tes yang tetap atau seandainya

berubah maka perubahan itu tidak signifikan maka tes tersebut dikatakan reliabel. Maka dari itu reliabilitas sering disebut dengan keterpercayaan, keterandalan, ketetapan, kestabilan dan sebagainya. Reliabilitas menyangkut masalah ketepatan alat ukur.

1. Memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2013:110) “Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Penelitian ini menggunakan metode *Split Half* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *Spearman Brown*, de Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan kelompok genap.
3. Korelasi total skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus

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

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut:

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

Dimana :

r = koefisien korelasi

r_b = korelasi produk moment antara belahan pertama dan kedua batas

realibilitas minimal 0,7

Setelah dapat dinilai reabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrument dikatakan *reliable*, sebaliknya jika $r_{hitung} <$ dari tabel maka instrument tersebut dikatakan *tidak reliable*.

3.6 Metode Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden 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.

Pertama peneliti melakukan pengumpulan data, kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diteliti. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden tentang fenomena sosial. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Alternatif jawaban dengan menggunakan skala *likert*, yaitu dengan

memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif. Seperti tertera pada table yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Dengan Skala *Likert*

Keterangan	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber: Sugiyono (2013:93)

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. Penskoran dilakukan dengan menggunakan skala *Likert* dengan interval skor 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan 5 (Sangat Setuju).

3.6.1 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, Harga dan Kepuasan pelanggan.

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

$$\text{Nilai rata-rata} = \frac{\sum (\text{frekuensi} * \text{bobot})}{\sum \text{sampel} (n)}$$

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

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

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

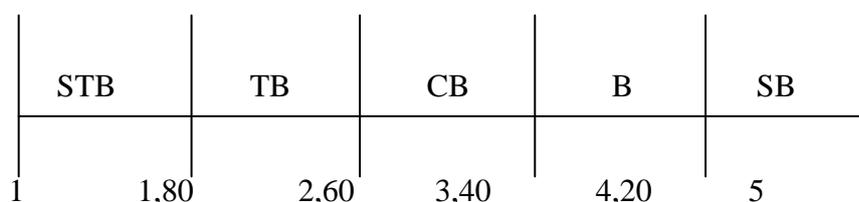
Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

Tabel 3.4
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 (2011:130)

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Sumber : Husein Umar (2011:98)

Tabel 3.5
Tafsiran Nilai Rata-rata Garis Kontinum

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 (2011:130)

3.6.2 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.

3.6.2.1 *Method Of Succeshive Interval* (MSI)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kusioner, 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 *Method Of Succeshive Interval*. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Tentukan dengan tegas variabel apa yang akan diukur.
2. Tentukan 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. Tentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (scale Value / SV).

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

Dimana:

$$Y = SV + IK I$$

$$K = 1 + (SV \text{ min})$$

Untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke dalam skala interval, maka penulis menggunakan media komputerisasi dengan mengunakan program Microsoft Excel.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:210) menyatakan bahwa “Analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah”. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antara variabel tersebut dapat dicirikan melalui model matematik yang disebut dengan model regresi. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X_1 (Kualitas Produk) dan X_2 (Harga), dan Y

(kepuasan Pelanggan). Rumus yang digunakan yaitu :

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

Dimana :

Y = Variabel terikat (kepuasan konsumen)

a = Konstanta

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

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

3.6.2.3 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 (X_1), harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui kuatnya hubungan antara variabel X dan Y atau mungkin kontribusi X terhadap Y. Algifari (2013:14) mendefinisikan korelasi sebagai derajat hubungan yang terjadi antara satu variabel dengan variabel lainnya. Imam Ghozali (2013:173) juga menyebutkan bahwa uji korelasi digunakan untuk mencari besarnya hubungan dan arah hubungan variabel yang satu dengan variabel lainnya. Analisis korelasi ganda dirumuskan :

$$R_{y(1,2)} = \frac{\beta_1 \sum X_1 Y + \beta_2 \sum X_2 Y}{\sum Y^2}$$

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

Tabel 3.6
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.

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

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

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

Keterangan :

K_d = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi ganda

3.6.2.5 Uji Hipotesis Simultan dan Parsial

Pengujian hipotesis yang di maksud dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk X_1 dan harga X_2 terhadap kepuasan pelanggan (Y) baik secara Simultan maupun Parsial 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.

3.6.2.6 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 F_{hitung} dan F_{tabel} . Nilai F_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian ANOVA. Hipotesis statistik sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1) :

H_0 : β_1 & $\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

H_1 : β_1 & $\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

b. Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu $\alpha = 0,05$. Selanjutnya hasil hipotesis F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

3.6.2.7 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 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_1) :

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

H_1 : $\beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

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

H_1 : $\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

- b. Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Nilai T_{hitung} dibandingkan dengan T_{tabel} dan ketentuannya sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

3.8 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di konsumen Kawasaki Ninja 250FI (Survey pada Kawasaki Ninja Club Bandung) yang terletak Jalan Cihampelas No 30, Bandung. Penelitian yang dilakukan oleh penulis dimulai pada juli sampai dengan desember 2017 di Kawasaki Ninja Club Bandung