

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Dalam melakukan sebuah penelitian, seorang peneliti akan menggunakan metode penelitian tertentu. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan. Metode penelitian dirancang melalui langkah-langkah penelitian mulai dari operasionalisasi variabel, penentuan jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan diakhiri dengan merancang analisis data dan pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2015:2) metode penelitian diartikan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survei. Menurut Sugiyono (2015:13) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Sedangkan penelitian survei yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2015:14) penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan

pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Jadi dalam penelitian survei bisa bersifat deskriptif, komparatif, asosiatif, komparatif asosiatif dan hubungan structural.

Tujuan penelitian survei adalah untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner dan mengadakan wawancara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2015:29) penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Melalui penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi dari rumusan masalah yang pertama, kedua, ketiga, dan keempat yaitu mengenai tanggapan konsumen atasharga, kualitas produk, desain produk dan kepuasan konsumen.

Selain penelitian deskriptif, penulis juga menggunakan penelitian verifikatif. Menurut Sugiyono (2015:36) penelitian verifikatif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan kausalitas antara variabel melalui suatu pengujian melalui suatu perhitungan statistik didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Metode penelitian verifikatif digunakan penulis untuk menjawab perumusan masalah, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kualitas produk dan desain produk terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun secara parsial.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Variabel dapat diartikan sebagai salah satu totalitas gejala atau objek pengamatan yang akan di teliti. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel, seperti konsep variabel, sub variabel, indikator, ukuran dan skala. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X_1) yaitu harga, variabel (X_2) kualitas produk, (X_3) desain produk dan (Y) yaitu konsumen. Variabel-variabel tersebut kemudian di operalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian, variabel penelitian merupakan salah satu faktor yang penting dan perlu di perhatikan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya. Menurut Sugiyono (2015:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga variabel bebas (independent) dan satu variabel terikat (dependent). Berdasarkan judul penelitian yaitu: “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Iphone”.

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas sering disebut variabel stimulus, predictor, atau variabel antecedent. Dalam bahasa indonesia sering disebut variabel bebas. Menurut Sugiyono (2015:39) variabel bebas didefinisikan sebagai variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya

variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel bebas (*independent variable*), diantaranya:

a. Harga sebagai variabel independen (X1)

Menurut Fandy Tjiptono (2015:151) harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

b. Kualitas Produk sebagai variabel independen (X2)

Menurut Lupiyoadi (2014:175) kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi – spesifikasinya.

c. Desain Produk sebagai variabel independen (X3)

Menurut Creusen dan Schooramans dalam Agustin Dwi Carissa dan Monika Tiarawati (2016:118) desain produk adalah totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen..

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Selain adanya variabel bebas, dalam penelitian ini juga terdapat variabel terikat. Menurut Sugiyono (2015:39) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Pengertian kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2015:146) yang menyatakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel dapat diartikan sebagai salah satu totalitas gejala atau objek pengamatan yang akan diteliti. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel, seperti konsep variabel, sub variabel, indikator, ukuran dan skala. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X_1) yaitu harga, (X_2) yaitu kualitas produk, variabel (X_3) yaitu desain produk dan (Y) yaitu kepuasan konsumen. Variabel-variabel tersebut kemudian dioperasionalkan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Berikut adalah operasionalisasi variabel penelitian ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Fandy Tjiptono (2015:151)	Keterjangkauan harga	Keterjangkauan harga	Tingkat keterjangkauan harga	Interval	1
		Variasi harga sesuai spesifikasi	Tingkat variasi harga sesuai spesifikasi	Interval	2
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kesesuaian dengan kualitas produk yang diberikan	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diberikan	Interval	3
		Kesesuaian dengan dengan hasil yang diinginkan	Tingkat kesesuaian dengan dengan hasil yang diinginkan	Interval	4
	Daya saing harga	kemampuan untuk bersaing	Tingkat kemampuan untuk bersaing	Interval	5
		Potongan harga	Tingkat potongan harga	Interval	6
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian dengan manfaat yang diberikan	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan	Interval	7
		Kesesuaian dengan pelayanan yang diterima	Tingkat kesesuaian dengan pelayanan yang diterima	Interval	8

Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi – spesifikasinya. Lupiyoadi (2014:175)	Kinerja	Kecepatan <i>processor</i>	Tingkat kecepatan <i>processor</i>	Interval	9	
		Kecapatan RAM	Tingkat kecepatan RAM	Interval	10	
		Kemudahan untuk digunakan	Tingkat kemudahan untuk digunakan	Interval	11	
	Keragaman produk	Keragaman fitur	Tingkat keragaman fitur	Interval	12	
		Keunikan fiur	Tingkat keunikan fitur	Interval	13	
	Kehandalan	Kemampuan untuk menjalankan fungsinya	Tingkat kemampuan untuk menjalankan fungsinya	Interval	14	
		Kekuatan untuk beroperasi	Tingkat kekuatan untuk beroperasi	Interval	15	
	Kesesuaian	Keseuaian dengan SNI	Tingkat kesesuaian dengan SNI	Interval	16	
		Keseuaian produk dengan standar industri	Tingkat kesesuaian produk dengan standar industri	Interval	17	
	Daya tahan/ketahanan	Kestabilan produk	Tingkat kestabilan produk	Interval	18	
		Ketahanan produk untuk tetap beroperasi	Tingkat ketahanan produk untuk tetap beroperasi	Interval	19	
	Kemampuan pelayanan	Kenyamanan pelayanan	Tingkat kenyamanan pelayanan	Interval	20	
		Kecepatan pelayanan	Tingkat kecepatan pelayanan	Interval	21	
	Estetika	Keindahan tampilan	Tingkat keindahan tampilan	Interval	22	
		Keberagaman tema	Tingkat keberagaman tema	Interval	23	
	Kualitas yang dipersepsikan	Persepsi mengenai merek	Tingkat persepsi mengenai merek	Interval	24	
		Persepsi mengenai negara produsen	Tingkat persepsi mengenai negara produsen	Interval	25	
	Desain produk adalah totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan. Asshiddieqi dalam Agustin Dwi	Model	Keberagaman bentuk	Tingkat keberagaman bentuk	Interval	26
			Kenyamanan bentuk	Tingkat kenyamanan bentuk	Interval	27
			Keindahan bentuk	Tingkat keindahan bentuk	Interval	28
	Warna	Keberagaman warna	Tingkat keberagaman warna	Interval	29	
		Kesesuaian warna	Tingkat kesesuaian warna	Interval	30	

Carissa dan Monika Tiarawati (2016)	Modifikasi	Pengembangan desain produk	Tingkat pengembangan desain produk	Interval	31
		Keunikan bentuk	Tingkat keunikan bentuk	Interval	32
Kepuasan Konsumen adalah yang menyatakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan- harapannya. Fandy Tjiptono (2015:146)	Kinerja	Kepuasan atas harga produk yang ditetapkan	Tingkat kepuasan atas harga produk Iphone	Interval	33
		Kepuasan atas kualitas produk dapat memenuhi kebutuhan	Tingkat kepuasan atas kualitas produk Iphone	Interval	34
		Kepuasan atas kinerja desain produk	Tingkat kepuasan atas desain produk Iphone	Interval	35
	Harapan	Harapan atas harga produk	Tingkat harapan atas harga produk Iphone	Interval	36
		Harapan atas kualitas produk	Tingkat harapan atas kualitas produk Iphone	Interval	37
		Harapan atas desain produk	Tingkat harapan atas desain produk Iphone	Interval	38

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti (2018)

3.3 Populasi dan Sampel

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

3.3.1 Pengertian Populasi

Untuk mendapatkan jumlah orang yang akan diteliti, peneliti harus mengetahui jumlah populasi yang dijadikan survei penelitian. Menurut Sugiyono

(2015:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 3.2
Jumlah Mahasiswa S1 universitas Pasundan Bandung

Fakultas	Jumlah
FH	1.509
FISIP	4369
FT	4631
FEB	3158
FKIP	3169
FISS	991
Jumlah	17.827

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti (2018)

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa sarjana di Universitas Pasundan Bandung yang berjumlah 17.827.

3.3.2 Pengertian Sampel

Dalam penelitian yang dilakukan ini, penulis hanya akan meneliti sebagian dari populasi. Menurut Sugiyono (2015:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden menggunakan rumus Slovin, sampel yang akan ditentukan oleh peneliti dengan persentase kelonggaran ketidaktelitian adalah sebesar 10%.

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

Dimana: n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 2.140 orang. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{17827}{1 + 17827(0,1)^2}$$

$$n = 99,4 \approx 100$$

Maka dapat disimpulkan, sampel pada penelitian ini menggunakan 100 orang responden.

3.3.3 Teknik Sampling

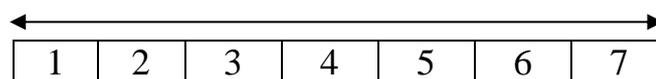
Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (Sugiyono, 2015,119). Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2015:120) *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 purposive*, dan *snow ball sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental*, menurut Sugiyono (2015 : 122) *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini. Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian yang dilakukan. Dalam mengumpulkan data penelitian, peneliti mengumpulkan dari berbagai data serta dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala semantic differensial. Menurut Sugiyono (2015:141) Semantic Differensial 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”

Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan Semantic Defferensial yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif sebagai berikut:



Gambar 3.1
Skala Semantic Differensial

Sangat Tidak
Setuju

Sangat Setuju

Sumber : Sugiyono (2015:141)

Berdasarkan Gambar 3.1, maka dapat diketahui penggunaan skala semantic differensial menghasilkan jawaban pernyataan berupa dua kecenderungan dimana apabila responden menjawab skor 1-4 maka responden cenderung tidak setuju, dan apabila menjawab 5-7 maka responden cenderung setuju. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian lapangan (*field research*)

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

a. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2015:230) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden, selain itu kuesioner juga cocok untuk digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Kuisisioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen Iphone di Universitas Pasundan.. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai harga, kualitas produk, desain produk dan kepuasan konsumen

Iphone.

b. Observasi

Menurut Sugiyono (2015:235) observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

c. 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.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

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

3.5.1 Uji Validitas dan Realibilitas

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan

pengujian atas kuisioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Karena validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel. Oleh karena itu, penulis juga akan melakukan kedua uji ini terhadap instrument penelitian (kuesioner).

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2015:177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Uji validitas dimaksudkan untuk menunjukan 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 *Pearson Product Moment* 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

Σx_i = Jumlah Skor suatu item

Σx_{tot} = Jumlah total jawaban

Σx_i^2 = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

Σx_{tot}^2 = Jumlah kuadrat total skor jawaban

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

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20.0 *for windows*, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Uji Validitas Harga

Uji validitas dilakukan setelah pengecekan terhadap kuesioner yang masuk dan dilakukan penghitungan dengan cara mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan jumlah skor, maka hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3.3 yang merupakan hasil uji validitas variabel harga yang telah diolah oleh peneliti.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Harga

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{kritis}	Hasil Uji
1	0,725	0,3	Valid
2	0,756	0,3	Valid
3	0,724	0,3	Valid
4	0,784	0,3	Valid
5	0,729	0,3	Valid
6	0,657	0,3	Valid
7	0,679	0,3	Valid
8	0,727	0,3	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2018)

Berdasarkan Tabel 3.3 tersebut, maka kuesioner mengenai variabel harga yang terdiri dari 8 item pertanyaan seluruhnya dinyatakan valid. Masing-masing koefisien korelasi yang dimiliki tiap butirnya lebih besar dari 0,3 hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pilihan jawaban dari responden dinyatakan valid. Artinya bahwa keseluruhan pernyataan yang diberikan kepada responden sudah cukup tepat untuk mengukur harga yang menjadi responden pada penelitian ini.

2. Uji Validitas Kualitas Produk

Uji validitas dilakukan setelah pengecekan terhadap kuesioner yang masuk dan dilakukan penghitungan dengan cara mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan jumlah skor, maka hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3.4 yang merupakan hasil uji validitas variabel kualitas produk yang telah diolah oleh peneliti.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{kritis}	Hasil Uji
1	0,794	0,3	Valid
2	0,832	0,3	Valid
3	0,797	0,3	Valid
4	0,785	0,3	Valid
5	0,804	0,3	Valid
6	0,758	0,3	Valid
7	0,793	0,3	Valid
8	0,774	0,3	Valid
9	0,600	0,3	Valid
10	0,809	0,3	Valid
11	0,746	0,3	Valid
12	0,797	0,3	Valid
13	0,755	0,3	Valid
14	0,769	0,3	Valid
15	0,692	0,3	Valid
16	0,803	0,3	Valid
17	0,771	0,3	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Berdasarkan Tabel 3.4 tersebut, maka kuesioner mengenai variabel kualitas produk yang terdiri dari 17 item pertanyaan seluruhnya dinyatakan valid. Masing-masing koefisien korelasi yang dimiliki tiap butirnya lebih besar dari 0,3 hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pilihan jawaban dari responden dinyatakan valid. Artinya bahwa keseluruhan pernyataan yang diberikan kepada responden sudah cukup tepat untuk mengukur kualitas produk yang menjadi responden pada penelitian ini.

3. Uji Validitas Desain Produk

Uji validitas dilakukan setelah pengecekan terhadap kuesioner yang masuk dan dilakukan penghitungan dengan cara mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan jumlah skor, maka hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3.5 yang merupakan hasil uji validitas variabel harga yang telah diolah oleh peneliti.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Desain Produk

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{kritis}	Hasil Uji
1	0,843	0,3	Valid
2	0,822	0,3	Valid
3	0,831	0,3	Valid
4	0,817	0,3	Valid
5	0,741	0,3	Valid
6	0,709	0,3	Valid
7	0,782	0,3	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Berdasarkan Tabel 3.5 tersebut, maka kuesioner mengenai variabel desain produk yang terdiri dari 7 item pertanyaan seluruhnya dinyatakan valid. Masing-masing koefisien korelasi yang dimiliki tiap butirnya lebih besar dari 0,3 hal ini

mengindikasikan bahwa seluruh pilihan jawaban dari responden dinyatakan valid. Artinya bahwa keseluruhan pernyataan yang diberikan kepada responden sudah cukup tepat untuk mengukur desain produk yang menjadi responden pada penelitian ini.

4. Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Uji validitas dilakukan setelah pengecekan terhadap kuesioner yang masuk dan dilakukan penghitungan dengan cara mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan jumlah skor, maka hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3.6 yang merupakan hasil uji validitas variabel harga yang telah diolah oleh peneliti.

Tabel 3.6
Hasil Uji Kepuasan Konsumen

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{kritis}	Hasil Uji
1	0,881	0,3	Valid
2	0,874	0,3	Valid
3	0,899	0,3	Valid
4	0,919	0,3	Valid
5	0,911	0,3	Valid
6	0,907	0,3	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.6 tersebut, maka kuesioner mengenai variabel kepuasan konsumen yang terdiri dari 6 item pertanyaan seluruhnya dinyatakan valid. Masing-masing koefisien korelasi yang dimiliki tiap butirnya lebih besar dari 0,3 hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pilihan jawaban dari responden dinyatakan valid. Artinya bahwa keseluruhan pernyataan yang diberikan kepada responden sudah cukup tepat untuk mengukur kepuasan konsumen yang menjadi

responden pada penelitian ini.

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 Uji Reliabilitas menyangkut kehandalan alat ukur. Maksud dari reliabel adalah jika instrument tersebut diuji berulang-ulang maka hasilnya akan sama. Penelitian mencakup aspek penting, yaitu alat ukur yang digunakan harus stabil, dapat diandalkan (*dependability*) dan dapat diramalkan (*predictability*) sehingga alat ukur tersebut mempunyai reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya. reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu. Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan jika hasil pengukuran yang dilakukan relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik (Sugiyono, 2015:173).

Cara menguji reliabilitas yaitu dengan menggunakan metode *Split half*, hasilnya bisa dilihat dari nilai *Correlation Between Forms*. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel atau membandingkannya dengan nilai *cut off point* 0,3 maka reliabel jika $r > 0,3$. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel. Pengujian reabilitas dengan *Alpha Cronbach* bisa

dilihat dari nilai *Alpha*, jika nilai *Alpha* > dari nilai r_{tabel} yaitu 0,7 maka dapat dikatakan reliabel. Adapun rumus yang dipakai dalam uji reliabilitas ini adalah :

$$r_1 = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_1 = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

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 (2015:120) 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*, 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.

dependen, seluruhnya dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan karena nilai korelasi masing-masing variabel lebih besar dari 0.7.

3.5.2 Analisis Deskriptif

Pada sub sebelumnya penulis sudah menjelaskan bahwa metode analisis yang digunakan salah satunya adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden.

Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori : sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Untuk menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas, berikut rumusnya :

$$\sum p = \frac{\sum \text{Jawaban kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}}$$

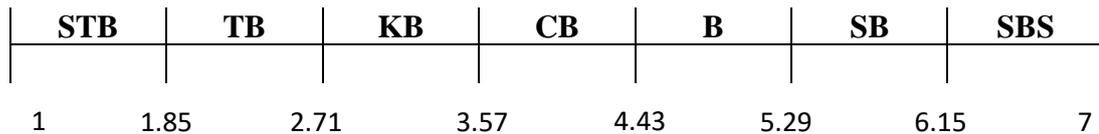
Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut ini :

Nilai tertinggi = 7

Nilai terendah = 1

$$\text{Rentang Skor} = \frac{ST-SR}{K}$$

$$\text{Rentang Skor} = \frac{7-1}{7} = 0,85$$



Gambar 3. 2
Garis Kontinum

Keterangan garis kontinum :

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,85 : Sangat Tidak Baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,86 – 2.71 : Tidak Baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2.72 – 3.57 : Kurang Baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3.58 – 4.43 : Cukup Baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4.44 – 5.29 : Baik
6. Jika memiliki kesesuaian 5.30 – 6.15 : Sangat Baik
7. Jika memiliki kesesuaian 6.16 – 7 : Sangat Baik Sekali

3.5.3 Analisis Verifikatif

Penelitian ini menggunakan analisis verifikatif, dimana Analisis Verifikatif adalah untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis verifikatif menurut Sugiyono (2015:54) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Berikut adalah hipotesis

penelitian yang akan diteliti :

1. Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
3. Terdapat pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen.
3. Terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan desain produk terhadap kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang digunakan penulis seperti analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi. Berikut penjelasan dari masing-masing analisis tersebut.

3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2015:277) analisis regresi linier berganda adalah analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya). 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 (harga), X_2 (kualitas produk) dan X_3 (desain produk), dan Y (kepuasan konsumen). Rumus yang digunakan

yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (citra merek)

a = Konstanta

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

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Produk

X_3 = Desain Produk

3.5.3.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X_1 (harga), X_2 (kualitas produk), X_3 (desain produk), dan Y (kepuasan konsumen).

Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi ganda

JK_{reg} = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

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

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2015:256). Adapun

pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.8
Koefisien Korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2015:256)

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

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2, X_3 dan Y, semua positif sempurna.
2. Apabila $R = -1$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2, X_3 , dan Y, semua negatif sempurna.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh harga, kualitas produk, desain produk dan kepuasan konsumen. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), rumus hipotesisnya sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Simultan

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan

sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan desain produk (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan desain produk (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

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

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel ($n-K-1$)

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

- a. Tolak H_0 jika $F_{hitung} \geq F_{tabel} \rightarrow H_a$ diterima (signifikan)
- b. Terima H_0 jika $F_{hitung} \leq F_{tabel} \rightarrow H_a$ ditolak (tidak signifikan)

2. Uji Hipotesis Parsial

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling

3.5.5 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (desain produk, kualitas produk, harga) terhadap variabel Y (konsumen). Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X_1 , X_2 dan X_3 (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%).

Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi ganda

Besarnya pengaruh parsial dari kedua variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dapat dicari dengan cara mengalikan beta dengan *zero order* sebagai berikut :

a. $r^2 x_1 = \beta_1 \times \text{zero order} \times 100\%$

b. $r^2 x_2 = \beta_2 \times \text{zero order} \times 100\%$

c. $r^2 x_3 = \beta_3 \times \text{zero order} \times 100\%$

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrument pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan kedalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi

mengenai variabel harga, kualitas produk, desain produk dan kepuasan konsumen sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Pasundan Bandung. Penelitian yang dilakukan oleh penulis dimulai pada Februari 2018.