

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat didalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2016:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan.

Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2016:11) adalah suatu penelitian yang ditunjukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji:

1. Bagaimana Tanggapan Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan CV.Visual Projek.
2. Bagaimana Tanggapan Konsumen Tentang Harga Service Projektor

CV.Visual Projek.

3. Bagaimana Tanggapan Konsumen Tentang Kepuasan Konsumen

CV.Visual Projek.

Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga jasa terhadap kepuasan konsumen pada CV.Visual Projek.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan aspek yang paling penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel peneliti dapat melakukan pengolahan data yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. Variabel-variabel tersebut kemudian di operasionalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian adalah akan diuraikan dalam paragraf setelahnya sebagai berikut.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Istilah variabel dapat diartikan bermacam-macam. Dalam tulisan ini variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Menurut Sugiyono (2016:61) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel terikat (dependent variable) dan variabel bebas (independent variable). Berikut penjelasan

kedua variabel tersebut :

1. Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari variabel tersebut terdapat dua dimensi yaitu kinerja yang memiliki indikator (kepuasan atas kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen dengan tepat dan kepuasan atas kesigapan karyawan dalam melayani konsumen).

2. Kualitas Pelayanan (X_1)

Menurut Tjiptono (2011:59) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Ada beberapa dimensi dan juga indikator yang ada dalam variabel tersebut yaitu, pertama adalah berwujud (Tangible) berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik. Kedua yaitu empati (Empathy) yaitu perusahaan mencoba untuk lebih peduli dengan pribadi konsumen, menanggapi keluhan yang ada, dan memberikan perhatian lebih kepada konsumen. Ketiga (*Responsiveness*) yaitu kemauan dari karyawan membantu konsumen dengan cepat serta mendengar keluhan konsumen. Keempat Keandalan yaitu kemampuan memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan. Kelima kepastian yaitu berupa kemampuan karyawan menimbulkan keyakinan dan keyakinan terhadap janji.

3. Harga X_2

Harga merupakan satu-satunya dari unsur bauran pemasaran yang dapat mendatangkan pendapatan bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Keller “harga

sebagai jumlah uang yang dikenakan untuk produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk keuntungan memiliki atau menggunakan layanan produk”. Adapun dimensi harga meliputi pertama *Cost Function* indikatornya meliputi keterjangkauan harga dan harga diskon, kedua *Competitor price* indikatornya meliputi perbandingan harga dengan pesaing dan harga tertinggi harga terendah, dan yang ketiga adalah *Customer Value* indikatornya meliputi kesesuaian harga dengan nilai yang diterima dan kesesuaian harga dengan kualitas.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substansial dari suatu konsep. Tujuannya, 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 digunakan untuk kuantifikasi gejala variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Variabel bebas yang pertama (X1) adalah kualitas pelayanan. Variabel bebas yang kedua (X2) adalah harga. Kemudian satu-satunya variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala dimana variabel penelitian akan diukur dengan skala ordinal. Untuk mengetahui lebih jelas, maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 mengenai

operasionalisasi variabel untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Kualitas Layanan (X1) "Kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan" Fandy Tjiptono (2016:121)	Bukti fisik (<i>tangible</i>)	Kualitas suku cadang projector	Tingkat kualitas suku cadang projector	Ordinal	1
		Kualitas aksesoris projector	Tingkat kualitas aksesoris projektor	Ordinal	2
	Empati (<i>Emphaty</i>)	Kemampuan karyawan berkomunikasi	Tingkat kemampuan karyawan berkomunikasi	Ordinal	3
		Keramahan karyawan	Tingkat keramahan karyawan	Ordinal	4
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Kepercayaan konsumen pada kualitas layanan	Tingkat kepercayaan konsumen pada kualitas layanan	Ordinal	5
		Keakuratan pelayanan karyawan terhadap konsumen	Tingkat keakuratan pelayanan karyawan terhadap konsumen	Ordinal	6
	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen	Tingkat karyawan kecepatan tanggapan dalam menghadapi keluhan konsumen	Ordinal	7
		Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen	Tingkat pengetahuan karyawan untuk menjawab pertanyaan konsumen	Ordinal	8
		Inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan pada konsumen	Tingkat inisiatif karyawan dalam melayani konsumen		9

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Ketepatan estimasi waktu selesainya perbaikan projector	Tingkat ketepatan estimasi waktu perbaikan projector	Ordinal	10
		Keamanan dalam proses perbaikan projector	Tingkat keamanan dalam proses perbaikan projector	Ordinal	11
		Keyakinan konsumen pada kualitas layanan service projector	Tingkat keyakinan konsumen pada kualitas layanan service projector	Ordinal	12
Harga (X2) “Harga sebagai jumlah uang yang dikenakan untuk produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk keuntungan memiliki atau menggunakan layanan produk” Kotler dan Keller (2015:52)	<i>Cost Function</i>	Keterjangkauan harga perbaikan projector	Tingkat keterjangkauan harga perbaikan projector	Ordinal	13
		Harga diskon	Tingkat daya tarik harga diskon	Ordinal	14
	<i>Competitor Price</i>	Perbandingan harga dengan pesaing	Tingkat perbandingan harga dengan pesaing	Ordinal	15
		Harga tertinggi dan terendah	Tingkat harga tertinggi dan terendah	Ordinal	16
	<i>Customer Value</i>	Kesesuaian harga dengan pesaing	Tingkat kesesuaian harga dengan pesaing	Ordinal	17
		Kesesuaian harga dengan nilai yang diterima konsumen	Tingkat kesesuaian harga dengan nilai yang diterima konsumen	Ordinal	18
		Kesesuaian harga dengan nilai yang diterima konsumen	Tingkat kesesuaian harga dengan nilai yang diterima konsumen		19
Kepuasan Konsumen	Kinerja	Kepuasan atas kemampuan	Tingkat kepuasan atas kemampuan perusahaan dalam	Ordinal	20

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
“tingkat perasaan seseorang senang atau kecewa yang berasal dari hasil perbandingan antara apa yang diterima dan harapan terhadap suatu produk.”. Kotler (2013:35) Lovelock dan Wirtz (2016:74) Fandy Tjiptono (2015:146)		perusahaan dalam melayani konsumen dengan cepat	melayani konsumen dengan cepat		
		Kepuasan atas kesigapan karyawan dalam melayani konsumen	Tingkat kepuasan atas kesigapan karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	21
	Harapan	Kepuasan atas terpenuhinya keinginan konsumen	Tingkat kepuasan atas terpenuhinya keinginan konsumen	Ordinal	22
		Kepuasan atas kemampuan perusahaan melayani konsumen dibandingkan dengan pesaing	Tingkat epuasan atas kemampuan perusahaan melayani konsumen dibandingkan dengan pesaing	Ordinal	23

Sumber: diolah Penulis 2018

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, penulis membutuhkan objek atau subjek agar masalah dapat terpecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Dan untuk mempermudah pengolahan data maka penulis akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang

terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang akan dipelajari oleh peneliti adalah jumlah konsumen CV. Visual Projek dari bulan Januari sampai oktober 2017 sebanyak 476 konsumen dengan data sebagai berikut:

Tabel 3.2
Jumlah Transaksi CV. Visual Projek 2017

Bulan	Transaksi
Januari	41
Februari	45
Maret	65
April	44
Mei	38
Juni	59
Juli	40
Agustus	41
September	78
Oktober	35

Sumber: CV. Visual Projek

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel menurut Sugiyono (2016:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan hanya sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan

keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul sangat representatif (benar-benar mewakili).

Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10). Dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, yang dapat ditunjukkan sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir

(tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 3 dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar :

$$n = \frac{476}{1 + (476)(0,10)^2}$$

$$= \frac{476}{6,3}$$

= 82,6 dibulatkan menjadi 83

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebanyak 83 orang yang akan dijadikan ukuran sampel penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016:81). *Non probability sampling* terdiri dari *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling incidental*, *sampling jenuh*, dan *snow ball sampling*.

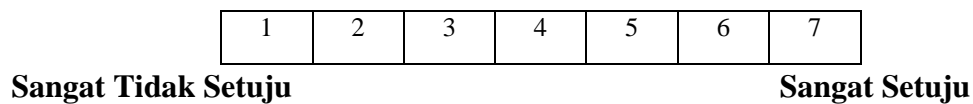
Pada laporan penelitian ini menggunakan *sampling incidental*, Menurut Sugiyono (2016:83) “*sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data”

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian yang dilakukan. Didalam mengumpulkan data penelitian, peneliti mengumpulkan data 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

Sumber: Sugiyono (2015:141)

Berdasarkan Gambar 3.1, maka dapat diketahui penggunaan skala semantic differensial menghasilkan jawaban pertanyaan berupa kecenderungan dimana apabila responden menjawab 1-4 maka responden tidak setuju, dan apabila menjawab 5-7 maka responden setuju.

Beberapa cara yang digunakan untuk mengumpulkan data sebagai berikut

1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian Lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden dan mengamati secara langsung tugas-tugas yang berhubungan dengan

perusahaan CV. Visual Projek, sehingga menghasilkan data primer. Data primer dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

a. Wawancara

Wawancara secara langsung antara peneliti dengan dengan tanya jawab kepada pemilik CV. Visual Projek berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian sehingga diharapkan memperoleh data yang lebih jelas.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen CV. Visual Projek. 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 konsumen

c. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

2. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data sekunder berdasarkan literature-literature, buku-buku yang berkaitan dengan variable penelitian dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti, data sekunder dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

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 diperoleh dari data sekunder yaitu literature-literature, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang adakaitannya 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-data yang berhubungan dengan topic penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis.

3.5 Metode Analisis Data yang digunakan

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus,

median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase.

Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2016:148).

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuisisioner 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, maka untuk itu, penulis juga akan melakukan kedua uji ini terhadap instrumen penelitian (kuisisioner).

3.5.1.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:177) uji validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Validitas sebagai salah satu derajat ketepatan atau keandalan pengukuran instrumen mengenai isi pertanyaan.

Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *Pearson Product Moment*. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item. Jika koefisien korelasi tersebut positif maka item tersebut dinyatakan valid. Sedangkan, jika

negatif maka item tersebut dinyatakan tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau diganti dengan pertanyaan perbaikan.

Cara menilai korelasi adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

- r = Koefisien Korelasi
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2016 : 179). Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012 : 177). Uji realianilitas kuesioner dalam penelitian digunakan metode split half item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelimpok item ganjil dan kelompok item genap. Kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Apabila korelasi 0,7 maka dikatakan item tersebut

memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel.

Adapun rumus untuk mencari reliabelitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\Sigma AB) - (\Sigma A)(\Sigma B)}{\sqrt{((n\Sigma A^2) - (\Sigma A)^2)(n(\Sigma B^2) - (\Sigma B)^2)}}$$

Dimana :

- r = koefisien korelasi
- n = banyaknya responden
- A = skor item pertanyaan ganjil
- B = skor pertanyaan genap

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya hasil tersebut dimasukan kedalam rumus Spearman Brown dengan rumus sebagai berikut.

$$r = 2rb / (1 + rb)$$

Dimana :

- r = nilai reliabilitas
- rb = korelasi produk moent antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap).

3.5.2 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dari setiap item kuisisioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang

diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1, X_2) terhadap variabel dependen (Y). Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini menggunakan perhitungan statistik regresi linear berganda berdasarkan perolehan data dari responden atas kuisisioner yang disebarkan.

3.5.3 *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. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
3. Menghitung nilai z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai z pada rumus distribusi normal.
5. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Of Succesive Interval*, dengan rumus :

$$SV = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area under upper limit}) - (\text{Area under lower limit})}$$

Dimana :

SV(Scala Value)	= rata-rata interval
Density at lower limit	= kepaduan batas bawah
Density at upper limit	= kepaduan batas atas
Area under upper limit	= daerah dibawah batas atas
Area under lower limit	= daerah dibawah batas bawah

6. Menggunakan nilai transformasi (Nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus :

$$Y = SV + (\text{Nilai Skala} + 1)$$

3.5.4 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 variable tersebut dapat dicirikan melalui model matematika 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 apakah ada pengaruh yang signifikan dari variable yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variable X_1 (Kualitas Pelayanan) dan X_2 (Harga) dan Y (Kepuasan Konsumen). Rumus yang digunakan yaitu :

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

Dimana :

Y = variable terikat (Kepuasan Konsumen)

a = konstanta

β = koefisien regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Harga

3.5.5 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) dan X_2 (Harga) dan Y (Kepuasan Konsumen).

Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK(Reg)}{\Sigma Y^2}$$

Dimana :

R^2 = koefisien korelasi ganda

JK_{reg} = jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi.

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ dan harga untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut :

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

3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.
4. Apabila R berada diantara -1 dan 1, maka tanda negatif (-) menyatakan adanya korelasi tidak langsung atau korelasi negative. Dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini :

Tabel 3.3
Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
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 (2012:94)

3.5.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dimaksudkan sebagai cara untuk menentukan apakah hipotesis yang akan diajukan sebaiknya diterima (signifikan) atau ditolak oleh penulis.

Rumusan hipotesis sebagai berikut :

1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

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 :

$H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$: tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan

Harga (X_2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

$H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$: terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolak 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 :

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F table (n-K-1) = derajat kebebasan.

R^2 = koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan.

K = banyaknya variabel bebas

n = ukuran sampel

Perhitungan tersebut akan memperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut (n-K-1) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} - H_a$ diterima (signifikan)
- b. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel} - H_a$ 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 mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk statistik sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$: tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap

Kepuasan Konsumen (Y) CV. Visual Projek.

$H_a : \beta_1 \neq 0$: terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) CV. Visual Projek.

$H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) CV. Visual Projek.

$H_0 : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) CV. Visual Projek.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan tarif signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut :

$$t = r \sqrt{\frac{n - (k + 1)}{1 - r^2}}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

r = nilai korelasi parsial

k(kelas) = subvariabel

Pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian hitung dibandingkan dengan table, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika t hitung > t tabel maka H_0 ditolak.
2. Jika t hitung < t tabel maka H_0 diterima.

3.5.7 Koefisien Determinasi

Koefisien Koefisien determinasi (R^2) atau *adjusted R²* bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R^2 atau *adjusted R²* 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 *Independent* terhadap *dependent* lemah.
- b. Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel *independent* terhadap *dependent* kuat.

3.5.8 Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh secara parsial per sub variable Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (y), maka dapat diketahui dengan cara mengalikan nilai *standardized coefficients* beta dengan menggunakan *software SPSS for window*. Rumus koefisien Determinasi yang dikemukakan oleh Gujarati

(2012:172) adalah sebagai berikut:

$$KD = \beta \times \text{zero order} \times 100\%$$

Keterangan:

B = Beta (nilai *standardized coefficients*).

zero order = Matriks korelasi variable bebas dengan variable terikat.

Perhitungan pada rumus Gujarati yang telah diuraikan pada paragraf sebelumnya, untuk mengetahui apabila Kd sama dengan 0 maka pengaruh X terhadap variabel Y, lemah. Apabila Kd sama dengan 1, maka pengaruh X terhadap variabel Y, kuat.

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 pernyataan mengenai variabel Kualitas Pelayanan, Harga 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 untuk penulisan skripsi ini berlangsung mulai bulan Agustus sampai dengan bulan September 2017, dilakukan penulis di CV. Visual Projek yang terletak di Jalan Ahamad Yani No.238 Blok R-7 Pertokoan Jaya Plaza Bandung.