

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif analisis. Metode penelitian deskriptif adalah untuk membantu dalam hal membandingkan dan menguraikan data–data yang telah ditentukan atau diperoleh dengan menggunakan survei yang dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data. Sedangkan penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel, dalam karangan ilmiah yang akan di bahas antara kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dengan kepuasan konsumen (Y), menurut Sugiyono (2010:35).

Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas produk 911 Coffee Lab, yang kedua yaitu bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan 911 Coffee Lab, dan yang ketiga yaitu bagaimana tanggapan konsumen terhadap kepuasan konsumen 911 Coffee Lab. Metode verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah, Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di 911 Coffee Lab cabang palasari bandung.

Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan, maka penelitian ini menggunakan penelitian survei yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi

besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga dikemukakan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis Kerling yang dikutip (Sugiyono, 2010:7).

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Menjelaskan suatu variabel-variabel yang didefinisikan dengan jelas, dan tidak akan menimbulkan pengertian yang memiliki arti ganda. Definisi variabel tersebut juga dapat memberikan batasan-batasan sejauh mana penelitian yang akan dilakukan.

3.2.1 Definisi Variabel

Menurut Sugiyono (2010:28), variabel penelitian adalah suatu atribut yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya, dimana variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya atau variabel yang diduga sebagai penyebab dari variabel lainnya, yang dinyatakan dengan (X). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya adalah kualitas produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2).

b. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, yang dinyatakan dengan (Y). Dalam kaitannya dengan masalah yang diteliti maka yang menjadi variabel terikatnya adalah Kepuasan konsumen (Y).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Sesuai dengan penelitian, yaitu pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di 911 Coffee Lab, maka terdapat tiga variabel dalam penelitian yang digunakan.

Ketiga variabel tersebut penulis paparkan kedalam konsep variabel, sub variabel, indikator skala ukur yang kemudian dapat dipaparkan dalam sebuah tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Tingkat ukuran	Skala	No item
Kualitas Produk (X1)	Kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, Meliputi daya tahan, keandalan ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Kotler dan Keller (2010:351)	<i>Performance</i> (kinerja)	Kenikmatan Produk	Tingkat kenikmatan minuman sesuai dengan harapan konsumen	Ordinal	1
		<i>Features</i> (ciri-ciri atau keistimewaan) tambahan)	Produk memiliki ciri khas	Tingkat kekhasan minuman	Ordinal	2
		<i>Reliability</i> (kehandalan)	Kehigienisan produk	Tingkat kebersihan minuman	Ordinal	3
			Kehalalan produk	Tingkat kehalalan produk	Ordinal	4
		<i>Comformance to spesification</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)	Kesesuaian rasa	Tingkat kesesuaian rasa pada lidah konsumen	Ordinal	5

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Tingkat ukuran	Skala	No item
		<i>Durability</i> (ketahanan)	Daya tahan rasa produk	Tingkat ketahanan rasa kopi yang tidak cepat berubah	Ordinal	6
		<i>Service ability</i>	Kualitas bahan baku kopi	Tingkat kualitas kopi yang menggunakan biji kopi pilihan	Ordinal	7
		<i>Aesthetich</i> (estetika)	Aroma minuman	Tingkat aroma minuman memiliki ciri khas	Ordinal	8
		<i>Perceived quality</i> (kualitas yang dipersepsikan)	Kualitaskopi	Tingkat kualitas kopi 911 Coffee Lab cabang palasaribaik	Ordinal	9
Kualitas pelayanan (X2)	“Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspetasi pelanggan.kualit as pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	Tempat parkir	Tingkat tempat parkir yang luas	Ordinal	10
			Toilet 911 Coffee Lab	Tingkat kebersihan toilet yang bersih	Ordinal	11
			Kenyaman tempat 911 Coffee Lab	Tingkat kenyamanan tempat	Ordinal	12
			Peralatan yang disediakan	Tingkat peralatan yang disediakan	Ordinal	13

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Tingkat ukuran	Skala	No item
	mengimbangi harapan pelanggan” Fandy Tjiptono (2012:121)	<i>Emphaty</i> (empati)	Keramahan karyawan	sesuai dengan harga yang ditawarkan Tingkat keramahan karyawan	Ordinal	14
			Perhatian yang diberikan karyawan	Tingkat perhatian yang diberikan karyawan	Ordinal	15
		<i>Reliability</i> (kehandalan)	Ketepatan karyawan 911 Coffee Lab	Tingkat ketepatan karyawan dalam penyajian minuman	Ordinal	16
			Kesigapan karyawan memenuhi permintaan konsumen	Tingkat Kesigapan karyawan memenuhi permintaan konsumen	Ordinal	17
		<i>Responsivene s</i> (daya tanggap)	Ketepatan penanganan keluhan konsumen	Tingkat ketepatan penanganan keluhan	Ordinal	18
			Kecepatan menanggapi keluhan konsumen	Tingkat kecepatan menanggapi keluhan konsumen	Ordinal	19
			Menjamin keamanan produk minuman	Tingkat jaminan keamanan minuman yang dikonsumsi	Ordinal	20
		<i>Assurance</i> (jaminan)				

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Tingkat ukuran	Skala	No item
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan Konsumen merupakan Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kotler dan Keller (2012:177)	Harapan (<i>Expectation</i>)	Kesesuaian harapan atas pelayanan di 911 Coffee Lab	Tingkat kesesuaian atas pelayanan pada 911 Coffee Lab	Ordinal	21
			Kesesuaian harapan atas produk di 911 Coffee Lab	Tingkat kesesuaian harapan atas produk di 911 Coffee Lab	Ordinal	22
		Kinerja (<i>performance</i>)	Kualitas produk secara keseluruhan di 911 Coffee Lab	Tingkat kualitas produk secara keseluruhan di 911 Coffee Lab	Ordinal	23
			Kualitas pelayanan	Tingkat pelayanan yang baik secara keseluruhan pada 911 Coffee Lab	Ordinal	24

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:61).

Sesuai dengan judul penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

(hasil survei terhadap konsumen pada 911 Coffee Lab), maka dalam hal ini yang menjadi populasinya adalah konsumen pada 911 Coffee Lab cabang palasari pada periode bulan Juli sampai Desember 2017 yaitu sebanyak 7475 orang.

Tabel 3.2
Data Pengunjung 911 Coffee Lab
Bulan Juli-Desember 2017

Bulan	Pengunjung
Juli	1.247
Agustus	1.288
September	1.194
Oktober	1.232
November	1.212
Desember	1.302
Jumlah	7.475

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, Sugiyono (2011:62). Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Mengingat penulis tidak mungkin menjadikan jumlah populasi secara keseluruhan karena adanya keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, maka penulis menggunakan sampel. Apa yang berlaku dari sampel tersebut kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi diupayakan benar-benar *representative* (mewakili). Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh *Slovin* yang dikemukakan oleh Husen Umar (2004:40) dalam Mustafa (2010:90) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e = 10\%$ yakni sebagai berikut :

$$\text{Rumus Slovin } N = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

N = Jumlah Populasi.

n = Jumlah sampel.

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir sebesar 10%.

Menggunakan rumus *Slovin*, maka ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

Menurut *Slovin*

$$n = \frac{7475}{1 + 7475 (0,1)^2}$$

$$n = 99,929$$

Jadi diketahui dari perhitungan, ukuran sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 99,929 atau dibulatkan 100 orang dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.1 Teknik Sampling

Penelitian ini merupakan penelitian sampel, karena penulis hanya akan meneliti sebagian populasi. Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah *Probability Sampling*. Teknik ini memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Secara spesifik teknik yang digunakan adalah teknik sampling aksidental. Teknik ini menentukan sampel berdasarkan kebutuhan, yaitu

siapa saja yang secara keseluruhan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono,2010:81).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan survei langsung ke lapangan (perusahaan) yang menjadi objek penelitian. Tujuan penelitian lapangan ini adalah untuk memperoleh data akurat. Adapun data yang diperoleh dengan cara penelitian seperti :

a. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung untuk memperoleh data dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

b. Observasi

Observasi adalah cara atau tehnik memperoleh data dengan mengadakan pengamatan langsung dilokasi penelitian untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, seperti : pengamatan penulis pada karyawan atau customer service yang sedang bekerja dalam melayani konsumennya dan pengamatan penulis terhadap peralatan dan perlengkapan pendukung kerja yang bisa dipakai karyawan.

c. Kuisioner

Kuisioner atau daftar pertanyaan yaitu dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian disebar pada para responden secara langsung sehingga hasil pengisiannya akan lebih jelas dan akurat. Daftar pertanyaan mengenai gambaran umum, perhatian dan pendapat responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

2. Data Sekunder

Data ini merupakan pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari :

- a. Sejarah perusahaan
- b. Dokumen-dokumen atau data-data perusahaan
- c. Buku-buku yang relevan

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas Item adalah sebagai alat ukur derajat ketepatan alat ukur tentang isi atau arti yang sebenarnya yang di ukur, validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang diukur, atau sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitasa suatu alat tes, maka alat tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila

hasil tes tersebut menjalankan fungsi pengukurannya, atau memberikan hasil ukur sesuai dengan makna dan tujuan diadakannya tes atau penelitian tersebut. Menentukan kevalidan dari item kuisioner digunakan metode koefisien korelasi *Person Product Moment* yaitu dengan mengkorelasikannya skor total yang dihasilkan oleh masing-masing responden (Y) dengan skor masing-masing item (X) yaitu dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[n\sum x_i^2 - (\sum y_i)^2] [n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$$

(Sugiyono 2010 :248)

Dimana :

- r : nilai korelasi pearson
- X : skor item pertanyaan
- Y : skor total item pernyataan lainnya dalam satu variabel
- n : jumlah sample (responden)
- $\sum X$: jumlah hasil pengamatan variabel X
- $\sum Y$: jumlah hasil pengamatan variabel Y
- $\sum XY$: jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan Y
- $\sum X^2$: jumlah dari hasil pengamatan variabel X yang telah dikuadratkan
- $\sum Y^2$: jumlah dari hasil pengamatan variabel Y yang telah dikuadratkan

Nilai r_{hitung} yang telah diperoleh dari perhitungan diatas, selanjutnya dibandingkan dengan r_{kritis} (0,3) dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{kritis}$ maka item tersebut valid

Jika $r_{hitung} < r_{kritis}$ maka item tersebut tidak valid.

Tabel 3.3

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r kritis	keterangan
(X ₁) Kualitas Produk	Item 1	0,512	0,3	Valid
	Item2	0,438	0,3	Valid
	Item3	0,438	0,3	Valid
	Item4	0,525	0,3	Valid
	Item5	0,531	0,3	Valid
	Item6	0,416	0,3	Valid
	Item7	0,407	0,3	Valid
	Item8	0,342	0,3	Valid
	Item9	0,319	0,3	Valid

(X ₂) Kualitas Pelayanan	Item10	0,497	0,3	Valid
	Item11	0,476	0,3	Valid
	Item12	0,569	0,3	Valid
	Item13	0,568	0,3	Valid
	Item14	0,564	0,3	Valid
	Item15	0,454	0,3	Valid
	Item16	0,320	0,3	Valid
	Item17	0,381	0,3	Valid
	Item18	0,340	0,3	Valid
	Item19	0,480	0,3	Valid
Item20	0,422	0,3	Valid	
(Y) Kepuasan Konsumen	Item21	0,408	0,3	Valid
	Item22	0,506	0,3	Valid
	Item23	0,476	0,3	Valid
	Item24	0,592	0,3	Valid

Sumber : Data Primer (data diolah penulis dari kuesioner) Tahun 2018

Tabel diatas menunjukkan hasil uji instrumen penelitian untuk uji validitas variabel kualitas produk (X_1) memperlihatkan keseluruhan indikator dinyatakan valid. Masing-masing nilai r_{hitung} lebih besar dari r kritis. Uji validitas terhadap kualitas pelayanan (X_2) diperoleh nilai r_{hitung} keseluruhan indikator lebih besar dari r kritis. Indikator-indikator untuk variabel kepuasan konsumen (Y) seluruhnya dinyatakan valid. Hasil tersebut diambil karena r_{hitung} keseluruhan indikator kepuasan konsumen lebih besar daripada r kritis.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Reabilitas mencakup aspek penting, yaitu : alat ukur yang digunakan harus stabil, dapat diandalkan (*dependability*) dan dapat diramalkan (*predictability*) sehingga alat ukur tersebut mempunyai reabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya.

Uji reabilitas kuisioner dilakukan dengan tehnik belah dua (*Split Half*) untuk keperluan itu maka butir-butir kuisioner dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok kuisioner ganjil dan kelompok kuisioner genap, harus skor data tiap kelompok itu disusun sendiri dan selanjutnya skor total antara kelompok ganjil dan genap di cari korelasinya.

Sebelum uji reabilitas kuisioner terlebih dahulu dicari korelasinya sebagai berikut

:

$$r_{xy} = \frac{n\sum AB - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{[n\sum A^2 - (\sum A)^2] [n\sum B^2 - (\sum B)^2]}}$$

Setelah koefisien korelasi diketahui, selanjutnya hasil tersebut dimasukkan dalam rumus *Spearman Brown* yaitu :

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

(Sugiyono, 2010 :186)

Dimana : r = Nilai Reabilitas

r_b = Korelasi produk moment antara belahan pertama dan kedua

Tabel 3.4

Uji Reliabilitas

Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
Kualitas Produk(X ₁)	0,754	0,7	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,804	0,7	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,705	0,7	Reliabel

Sumber : Data Primer (data diolah penulis dari kuesioner) Tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil uji reliabilitas variabel penelitian dinyatakan bahwa variabel kualitas produk (X₁), kualitas pelayanan

(X_2) dan kepuasan konsumen (Y) reliabel. Keseluruhan variabel penelitian dinyatakan reliabel karena masing-masing r_{hitung} lebih besar daripada r kritis.

3.6 Metode Analisis

Untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan agar diketahui pengaruh antara variabel X_1, X_2 , dan Y, digunakan metode :

3.6.1 Analisis Deskriptif

Metode kualitatif (deskriptif) menurut Sugiyono (2007: 14) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah. Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan (kuesioner/angket). Dimana kualitas pelayanan (variabel X_1), kualitas produk (X_2) dan kepuasan konsumen (variabel Y). Setiap item dari Kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

Dari hasil kuesioner akan dilakukan tabulasi frekuensi jawaban untuk menganalisis kecenderungan jawaban yang dipilih responden dari salah satu dari alternatif jawaban: sangat setuju (SS), setuju (S), Cukup Setuju (CS), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS), pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.5

Tabulasi Frekuensi Jawaban

Skala	Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)	Frekuensi relatif	Skor frekuensi relatif
SS	5				
S	4				
CS	3				
TS	2				
STS	1				
TOTAL	-				

Sumber: Data diolah 2018

Kemudian dari hasil perhitungan frekuensi akan diketahui pada tingkat frekuensi dari setiap masing-masing variabel penelitian, dan skor frekuensi relatif akan digambarkan pada garis kontinum berdasarkan klasifikasi tingkatan frekuensi pada tabel dibawah ini :

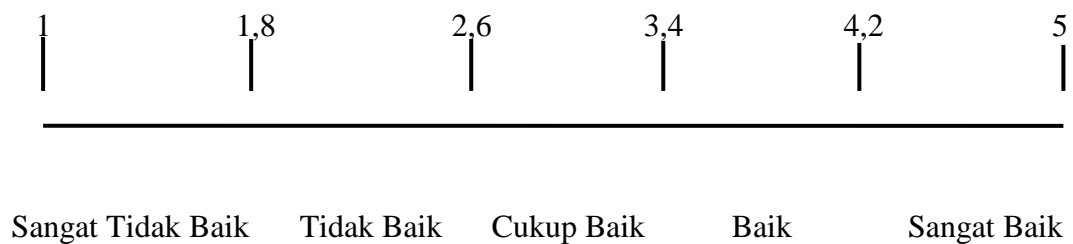
Tabel 3.6

Klasifikasi Tingkatan Frekuensi

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Tinggi	4,2 - 5
2.	Tinggi	3,4 - 4,2
3.	Sedang	2,6 - 3,4
4.	Rendah	1,8 - 2,6
5.	Sangat Rendah	1 - 1,8

Sumber: Data diolah 2018

Kemudian setelah hasil skor frekuensi diketahui posisinya berada pada salah satu interval, maka dari hasil perhitungan tabel diatas dapat digambarkan garis kontinum untuk menempatkan titik frekuensi relatif berdasarkan jumlah total skor frekuensi relatif seperti pada contoh dibawah ini :



Sumber : Data data diolah 2015

Gambar 3.1

Garis Kontinum

Nilai indeks maksimum, minimum dan interval pada garis kontinum diperoleh berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

Nilai indeks maksimum : 5 (Sangat Tinggi)

Nilai indeks minimum : 1 (Sangat Rendah)

Jarak interval : $(5-1)/5 = 0,8$

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Metode statistika yang digunakan penelitian ini diantaranya, analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien korelasi berganda.

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel sedangkan persamaan regresi berganda yang akan digunakan adalah persamaan regresi untuk dua faktor.

Persamaan regresi untuk dua prediktor :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan (kepuasan konsumen)

a = Bilangan Konstanta

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

Apabila b (+) maka naik dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X1 = Kualitas produk , X2 = Kualitas Pelayanan.

3.6.2.2 Analisis koefisien korelasi berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X1 (Kualitas Produk), X2 (Kualitas Pelayanan), dengan variabel Y (Kepuasan Konsumen) secara bersamaan, adapun rumus korelasi ganda menurut Sugiyono (2008:182) sebagai berikut :

Dimana :

$$r = \sqrt{\frac{JK_{\text{regresi}}}{JK_{\text{total}}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi Ganda

JK_{regresi} = Jumlah Kuadrat regresi

JKtotal = Jumlah Kuadrat total

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

Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi antara X_1 , X_2 dan Y.

Adapun untuk melihat hubungan atau korelasi, dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.7

Koefisien Korelasi dan Taksirannya

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	SangatRendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	SangatKuat

Sumber : Sugiyono (2010:250)

3.6.2.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel X_1 (Kualitas Produk), dan X_2 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan Konsumen). Untuk mengetahui besarnya koefisien determinasi tersebut, maka dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi.

R^2 = Koefisien korelasi.

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap dependen lemah.
- b. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap dependen kuat.

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap Y (Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan

Terhadap Kepuasan Konsumen) secara parsial. Rumus koefisien determinasinya yang dikemukakan oleh Gujarati (2003:172) adalah sebagai berikut:

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

(Gujarati 2003:172)

Keterangan :

B = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero Order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

Kd = 0, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y lemah

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

3.6.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan sebagai cara untuk menentukan apakah suatu hipotesis sebaiknya diterima atau ditolak. Maka pengujian hipotesis dilakukan melalui :

1. Pengujian hipotesis simultan (uji F)

- a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
- b. $H_0 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kriteria uji :

- a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan sebaliknya.

2. Pengujian Hipotesis parsial (uji t)

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen.

- b. $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

$H_0 : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kriteria uji :

- a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan sebaliknya.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada konsumen untuk dijawabnya, Sugiyono (2011:192). Kuesioner dapat berupa *closed question* atau *multiple choice question*. Maksudnya adalah pertanyaan yang digunakan kepada

konsumen yang telah disediakan pilihan jawabannya, dengan berpedoman kepada skala *Rating* dimana setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria : 5 = Sangat Baik, 4 = Baik, 3 = Cukup Baik, 2 = Tidak Baik, 1 = Sangat Tidak Baik, untuk pertanyaan positif. Sedangkan untuk skor dengan kriteria jawaban 1 = Sangat Baik, 2 = Baik, 3 = Cukup Baik, 4 = Tidak Baik, 5 = Sangat Tidak Baik, untuk pertanyaan negatif.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam pembuatan skripsi ini adalah di Kedai 911 Coffee Lab Jalan Palasari 45 Bandung, adapun waktu penelitiannya dimulai pada bulan Desember sampai dengan selesai.