

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian merupakan metode untuk menentukan kebenaran yang merupakan sebuah pemikiran yang kritis. Melalui penelitian manusia dapat memanfaatkan hasil penelitiannya, secara umum data yang diperoleh dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Menurut Sugiyono (2017:2) yang dimaksud metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain.

Sedangkan menurut Sugiyono (2017:11) penelitian verifikatif adalah:

“Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan akan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesa yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesa diterima atau ditolak.”

Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk pada Lazada

2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga pada situs jual beli *online* Lazada Indonesia
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan pada situs jual beli *online* Lazada Indonesia
4. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada situs jual beli *online* Lazada Indonesia

Metode verifikasi yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah nomor lima yaitu seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada situs jual beli *online* Lazada Indonesia baik secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi Variabel dan Operasional Variabel

Variabel dan operasionalisasi variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian berarti ganda. Definisi variabel juga menjadi batasan sejauh mana variabel penelitian dapat dipahami oleh peneliti. Dengan variabel inilah penelitian bisa diolah sehingga dapat diketahui cara pemecahan masalahnya.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, apa yang akan diteliti oleh peneliti sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:38) adalah sebagai segala

sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hasil tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan judul penelitian, maka dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang digunakan yaitu: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

A. Variabel independen merupakan variabel yang sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent* atau dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas. Menurut Sugiyono (2017:39) mendefinisikan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen (X) adalah:

1. Kualitas Produk

Berdasarkan pengertian Kualitas Produk menurut Yamit, Sangadji dan Sopiah, serta Kotler dan Keller, kualitas produk adalah evaluasi menyeluruh yang dilakukan pelanggan berdasarkan pada kinerja produk yang sesuai dengan standar nilai yang sudah ditetapkan apakah memenuhi harapan konsumen atau tidak.

2. Harga

Berdasarkan pengertian Harga menurut Kotler dan Armstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sobran, Mursid, serta Daryanto, Harga adalah jumlah atau nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapat, memiliki, dan merasakan manfaat dari produk dengan uang

sebagai alat tukar yang digunakan.

3. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan pengertian kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono, Parasuraman dalam Lupiyoadi, serta Suryani kualitas pelayanan elektronik adalah suatu evaluasi atas suatu *website* berdasarkan keseluruhan kegiatan belanja secara elektronik di pasar virtual.

B. Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang terjadi akibat adanya variabel terikat. Menurut Sugiyono (2017:39) Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y). Kepuasan Konsumen menurut Kotler dan Keller, Ali Hasan, serta Tjiptono, kepuasan konsumen merupakan perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja dengan harapan suatu produk.

3.2.2 Operasional Variabel

Suatu penelitian dengan menggunakan suatu variabel perlu diperhatikan indikator dan ukurannya agar memudahkan dalam melakukan penelitian itu sendiri.

Agar lebih jelas, operasionalisasi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
1.	<p>Kualitas Produk (X_1)</p> <p>kualitas produk adalah evaluasi menyeluruh yang dilakukan pelanggan berdasarkan pada kinerja produk yang sesuai dengan standar nilai yang sudah ditetapkan apakah memenuhi harapan konsumen atau tidak.</p> <p>Yamit (2013:110), Sangadji dan Sopiha (2013:188), Serta Kotler dan Keller (2016:400)</p>	1. Kinerja (<i>Performance</i>)	a. Kinerja Utama Produk	Tanggapan konsumen mengenai fungsi utama produk yang dijual Lazada	Ordinal	1
			b. Kemudahan dalam pemakaian	Tanggapan konsumen mengenai kemudahan penggunaan produk yang dijual Lazada	Ordinal	2
		2. Daya tahan (<i>Durability</i>)	c. Ketahanan Produk	Tanggapan konsumen mengenai daya tahan produk yang dijual Lazada	Ordinal	3
			d. Kualitas ketahanan kemasan	Tanggapan konsumen mengenai daya tahan kemasan produk yang dijual Lazada	Ordinal	4
		3. Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specificatio</i>)	e. Kesesuaian deskripsi dengan spesifikasi produk	Tanggapan konsumen mengenai deskripsi produk yang ditawarkan Lazada	Ordinal	5
			f. Kesesuaian dengan desain produk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat kesesuaian produk dengan desain kemasan Lazada	Ordinal	6
		4. Keistimewaan tambahan (<i>Feature</i>)	g. Keragaman pilihan tipe produk	Tanggapan konsumen mengenai keberagaman produk Lazada	Ordinal	7
			h. Ciri khas produk	Tanggapan konsumen mengenai ciri khas produk Lazada	Ordinal	8
		5. Keandalan (<i>Reliability</i>)	i. Keandalan Fisik Produk	Tanggapan konsumen	Ordinal	9

Lanjutan tabel 3.1

No	Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK	
				mengenai kehandalan produk yang dijual Lazada dalam segi tingkat kemungkinan terjadinya kerusakan	Ordinal	9	
			j. Kehandalan Bahan Baku Produk	Tanggapan konsumen mengenai kehandalan produk yang dijual Lazada dalam segi bahan dasar produk	Ordinal	10	
			6. Estetika (<i>Asthetics</i>)	k. Kualitas gambar produk	Tanggapan konsumen mengenai tampilan produk dihalaman <i>website</i> dan aplikasi Lazada	Ordinal	11
				l. Kualitas desain produk	Tanggapan konsumen mengenai desain produk Lazada	Ordinal	12
2.	Harga (X_2) Harga adalah jumlah atau nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapat, memiliki, dan merasakan manfaat dari produk dan jasa dengan uang sebagai alat tukar. Kotler dan Armstrong (2014:312), Mursid	1. Keterjangkauan harga	a. Harga produk di Lazada terjangkau	Tanggapa konsumen mengenai tingkat keterjangkauan harga produk yang dijual oleh Lazada	Ordinal	13	
			b. Kesuaian harga dengan ukuran produk	Tanggapa konsumen mengenai tingkat kesesuaian harga dengan ukuran produk yang dijual	Ordinal	14	
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	c. Harga yang ditawarkan sesuai dengan yang ditawarkan	Tanggapa konsumen mengenai tingkat kesesuaian	Ordinal	15	

Lanjutan tabel 3.1

No	Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
	(2014:131), dan Daryanto (2013:62)			harga dengan kualitas produk yang ditawarkan		
			d. Harga yang ditawarkan sesuai dengan yang diinginkan	Tanggapa konsumen mengenai tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diinginkan	Ordinal	16
		3. Kesesuaian harga dengan manfaat	e. Kesesuaian manfaat produk dengan yang diinginkan	Tanggapa konsumen mengenai tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang diinginkan	Ordinal	17
			f. Kesesuaian manfaat produk dengan yang dibutuhkan	Tanggapa konsumen mengenai tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dibutuhkan	Ordinal	18
		4. Daya saing harga	g. Harga lebih murah dari pesaing	Tanggapa konsumen mengenai tingkat daya saing harga dengan pesaing yang sejenis	Ordinal	19
			h. Harga lebih ekonomis	Tanggapa mengenai tingkat ekonomis harga produk Lazada	Ordinal	20
3.	Kualitas Pelayanan (X_3)	1. Efisiensi	a. Kehandalan Aplikasi dan halaman <i>website</i>	Kehandalan Aplikasi dan halaman <i>website</i>	Ordinal	21
	Kualitas pelayanan elektronik adalah suatu evaluasi atas suatu <i>website</i> berdasarkan keseluruhan		b. Kemudahan mengakses halaman <i>website</i>	Halaman <i>website</i> dan Aplikasi <i>mobile</i> Lazada mudah diakses	Ordinal	22

Lanjutan tabel 3.1

No	Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
	kegiatan belanja secara elektronik di pasar virtual. Fandy Tjiptono (2014 : 268), Lupiyoadi (2013: 216), dan Suryani (2013:67)	2. Kompensasi	c. Kemudahan dalam pengembalian uang	Kemudahan menghubungi pihak Lazada dalam masalah pengembalian uang	Ordinal	23
			d. Kemudahan pengembalian biaya pengiriman	Kemudahan menghubungi pihak Lazada dalam masalah pengembalian biaya pengiriman	Ordinal	24
		3. Daya Tanggap	e. Ketepatan perusahaan dalam melayani konsumen	Lazada tepat dalam melayani konsumen	Ordinal	25
			f. Kecepatan perusahaan dalam menanggapi keluhan	Lazada cepat dalam menanggapi keluhan	Ordinal	26
		4. Jaminan	g. Jaminan ketepatan waktu pengiriman barang	Lazada menjamin ketepatan waktu pengiriman barang	Ordinal	27
			h. Jaminan penggantian barang yang rusak	Lazada memberikan penggantian barang yang rusak	Ordinal	28
		5. Kontak	i. Ketersediaan CS melalui telepon	Ketersediaan nomor CS yang dapat dihubungi	Ordinal	29
			j. Kemudahan menghubungi CS	Kemudahan konsumen dalam menghubungi CS	Ordinal	30
		6. Privasi	k. Perlindungan terhadap keamanan dalam proses transaksi	Adanya perlindungan atas keamanan proses transaksi	Ordinal	31
			l. Perlindungan jaminan keamanan data	perlindungan kerahasiaan data transaksi	Ordinal	32

Lanjutan tabel 3.1

No	Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
4.	Kepuasan Konsumen (Y) perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja dengan harapan suatu produk. Kotler dan Keller (2016:153), Ali Hasan (2014:150), Tjiptono (2014:55)	1. Kinerja	a. Kepuasan atas kemampuan Lazada dalam melayani konsumen dengan tepat	Tingkat kepuasan atas kemampuan Lazada dalam melayani konsumen dengan tepat	Ordinal	33
			b. Kepuasan atas Halaman <i>website</i> dan Aplikasi <i>mobile</i>	Tingkat kepuasan atas kemudahan mengakses Halaman <i>website</i>	Ordinal	34
			c. Kepuasan atas produk yang dipesan	Tingkat kepuasan atas produk yang dipesan	Ordinal	35
			d. Kepuasan atas kemudahan mengakses	Tingkat kepuasan atas kemudahan mengakses halaman	Ordinal	36
		2. Harapan	e. Kepuasan atas produk yang sesuai harapan konsumen	Tingkat kepuasan atas produk yang diharapkan	Ordinal	37
			f. Kepuasan atas harga yang sesuai harapan konsumen	Tingkat kepuasan atas harga yang diharapkan	Ordinal	38
			g. Kepuasan atas pelayanan yang sesuai harapan konsumen	Tingkat kepuasan atas pelayanan yang diharapkan	Ordinal	39
			h. Terpenuhinya janji perusahaan	Tingkat kepuasan atas terpenuhinya janji perusahaan	Ordinal	40

Sumber: Diolah Oleh Peneliti

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam

penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi peneliti dapat melakukan pengolahan data. Untuk memudahkan penelitian pun ada yang disebut sampel yaitu bagian dari populasi. Adapun populasi dan sampel yang digunakan peneliti sebagai berikut:

3.3.1 Populasi

Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2017 : 80) mendefinisikan populasi adalah:

“Wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung pada tahun 2017-2018 yang mengetahui dan pernah melakukan pembelian produk pada Lazada. Berikut populasi dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 3.2
Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Jurusan	Jumlah Mahasiswa
Akuntansi	1.081
Manajemen	1.472
Ekonomi Pembangunan	347
Total	2.900

Sumber : SBAP Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung 2018

3.3.2 Sampel

Sampel digunakan sebagai ukuran sampel dimana ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk mengetahui besarnya sampel yang akan diambil

dalam melaksanakan suatu penelitian. Kemudian besarnya sampel tersebut biasanya diukur secara statistika ataupun estimasi penelitian. Selain itu juga diperhatikan bahwa sampel yang harus dipilih *representative*. Artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih. Menurut Sugiyono (2017 : 81) yang dimaksud dengan sampel adalah sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Sampel yang diambil harus betul-betul dapat mewakili populasi konsumen yang pernah berbelanja situs jual beli *online* Lazada. Jumlah anggota sampel yang tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang diinginkan. Semakin besar tingkat kesalahan, maka semakin kecil jumlah sampel yang digunakan dan sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan, maka semakin besar jumlah sampel yang digunakan. Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Penentuan ukuran sampel responden menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90% sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebagai berikut pada halaman selanjutnya

$$\begin{aligned} \text{Rumus} = n &= \frac{2.900}{1 + 2.900 (0,1)^2} \\ &= 96,67 \text{ (97 orang dibulatkan)} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 97 orang konsumen Lazada yang akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Kualitas instrumen penelitian (validitas dan realibilitas) dan kualitas pengumpulan data (cara yang digunakan untuk mengumpulkan data) adalah hal penting dalam penelitian untuk mendapatkan dan menghasilkan kualitas data penelitian yang baik. Sugiyono (2017 : 81) mengemukakan Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017:84) *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik dengan *non probability* yang digunakan yaitu dengan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:124). Penulis menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu, penarikan sampel dengan pertimbangan bahwa yang menjadi responden sudah pernah membeli produk di situs belanja *online* Lazada Indonesia.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Kualitas instrumen penelitian (validitas dan realibilitas) dan kualitas pengumpulan data (cara yang digunakan untuk mengumpulkan data) adalah hal penting dalam penelitian untuk mendapatkan dan menghasilkan kualitas data penelitian yang baik.

Menurut Sugiyono (2017:137) menjelaskan data sekunder adalah :

"Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dan menunjang penelitian ini".

Menurut Sugiyono (2017:137), jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Studi Lapangan. Penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data primer, yakni pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian yaitu mahasiswa/i pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan yang telah melakukan pembelian pada situs jual beli *online* Lazada. Data dapat diperoleh melalui:
 - a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal - hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung dan mempelajari hal yang berhubungan dengan penelitian.
 - b. Wawancara, digunakan peneliti dalam melakukan studi pendahuluan untuk mengemukakan permasalahan yang harus diteliti dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dengan melakukan wawancara langsung.

c. Kuesioner, kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. 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 dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung dikirim melalui pos atau internet.

2. Studi Kepustakaan.

Merupakan pengumpulan data atau informasi melalui sumber-sumber tidak langsung yang berkaitan dengan topik bahasan yang diteliti. Studi kepustakaan merupakan data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung, memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan berupa sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan, struktur organisasi, literatur, artikel, serta situs di internet. Studi kepustakaan juga dapat diperoleh dari data sekunder seperti buku, tulisan ilmiah, literatur, jurnal, web, dan aplikasi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan untuk mengetahui berbagai pengetahuan atau teori-teori yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.4.1 Uji Instrumen Penelitian

Validitas dan reliabilitas instrumen penelitian merupakan hal yang utama dalam meningkatkan efektifitas proses pengumpulan data. Pengujian ini dilakukan agar pada saat penyebaran kuesioner instrumen-instrumen penelitian

tersebut sudah valid dan reliable (*reliable*), yang artinya alat ukur untuk mendapatkan data sudah dapat digunakan.

3.4.1.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas adalah sejauh mana suatu alat ukur itu menunjukkan ketepatan dan kesesuaian. Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan *valid*, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*, sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Dalam mencari nilai korelasi penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisien validitas item yang dicari.

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item.

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item.

n = Jumlah responden dalam uji instrumen.

Σx = Jumlah skor dalam distribusi X.

Σy = Jumlah skor dalam distribusi Y.

Σxy = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y.

Σx^2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X.

Σy^2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS *for windows*, dimana dasar pengambilan keputusan sama seperti keterangan sebelumnya. Berikut adalah uji validitas dari masing – masing variabel

1. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)

Perhitungan uji validitas variabel kualitas produk dilakukan dengan cara mengambil seluruh jumlah responden sebanyak 97 orang melalui 12 pernyataan yang diajukan. Berikut adalah hasil uji validitas variabel kualitas produk (X_1) yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kualitas Produk (X_1)

No	Nilai Korelasi (R_{hitung})	Standar Validitas (R_{kritis})	Keterangan
1.	0,752	0,300	VALID
2.	0,618	0,300	VALID
3.	0,602	0,300	VALID
4.	0,671	0,300	VALID
5.	0,654	0,300	VALID
6.	0,600	0,300	VALID
7.	0,558	0,300	VALID
8.	0,309	0,300	VALID
9.	0,401	0,300	VALID
10.	0,791	0,300	VALID
11.	0,760	0,300	VALID
12.	0,649	0,300	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan tabel 3.3 diatas diketahui hasil uji validitas untuk variabel kualitas produk dari 12 pernyataan memperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0,300 dengan nilai korelasi terendah pada pernyataan ke sembilan sebesar 0,309 dan nilai korelasi tertinggi untuk pernyataan ke sepuluh sebesar 0,791. Sehingga 12 pernyataan tersebut dapat dikatakan valid dan dapat digunakan untuk perhitungan selanjutnya.

2. Uji Validitas Variabel Harga (X_2)

Perhitungan uji validitas variabel harga dilakukan dengan cara mengambil seluruh jumlah responden sebanyak 97 orang melalui 8 pernyataan yang diajukan. Berikut adalah hasil uji validitas variabel harga (X_2) yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Harga (X_2)

No	Nilai Korelasi (R_{hitung})	Standar Validitas (R_{kritis})	Keterangan
1.	0,573	0,300	VALID
2.	0,715	0,300	VALID
3.	0,612	0,300	VALID
4.	0,645	0,300	VALID
5.	0,752	0,300	VALID
6.	0,636	0,300	VALID
7.	0,611	0,300	VALID
8.	0,604	0,300	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan tabel 3.4 diatas diketahui hasil uji validitas untuk variabel harga dengan 8 pernyataan keseluruhannya memperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0,300 dengan nilai korelasi terendah pada pernyataan pertama sebesar 0,573

dan nilai korelasi tertinggi untuk pernyataan ke lima sebesar 0,715. Sehingga seluruh pernyataan dapat dikatakan valid dan dapat digunakan untuk perhitungan selanjutnya.

3. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

Perhitungan uji validitas variabel kualitas pelayanan dilakukan dengan cara mengambil seluruh jumlah responden sebanyak 97 orang melalui 12 pernyataan yang diajukan. Berikut adalah hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X_3) yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X_3)

No	Nilai Korelasi (R_{hitung})	Standar Validitas (R_{kritis})	Keterangan
1.	0,535	0,300	VALID
2.	0,515	0,300	VALID
3.	0,576	0,300	VALID
4.	0,706	0,300	VALID
5.	0,542	0,300	VALID
6.	0,640	0,300	VALID
7.	0,571	0,300	VALID
8.	0,710	0,300	VALID
9.	0,559	0,300	VALID
10.	0,626	0,300	VALID
11.	0,712	0,300	VALID
12.	0,583	0,300	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan tabel 3.5 diatas diketahui hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan dengan 12 pernyataan keseluruhannya memperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0,300 dengan nilai korelasi terendah pada pernyataan kedua sebesar 0,515 dan nilai korelasi tertinggi untuk pernyataan ke sebelas sebesar 0,712. Sehingga seluruh pernyataan dapat dikatakan valid dan dapat

digunakan untuk perhitungan selanjutnya.

4. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

Perhitungan uji validitas variabel kepuasan konsumen dilakukan dengan cara mengambil seluruh jumlah responden sebanyak 97 orang melalui 8 pernyataan yang diajukan. Kemudian menghitung validitas setiap item dengan menggunakan bantuan *software* SPSS lalu dibandingkan dengan *Pearson Product Moment* yang harus sama atau lebih besar dari 0,3. Berikut adalah hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y) yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen (Y)

No	Nilai Korelasi (R_{hitung})	Standar Validitas (R_{kritis})	Keterangan
1.	0,824	0,300	VALID
2.	0,790	0,300	VALID
3.	0,653	0,300	VALID
4.	0,468	0,300	VALID
5.	0,636	0,300	VALID
6.	0,876	0,300	VALID
7.	0,778	0,300	VALID
8.	0,723	0,300	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan tabel 3.6 diatas diketahui hasil uji validitas untuk variabel kepuasan konsumen dengan 8 pernyataan keseluruhannya memperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0,300 dengan nilai korelasi terendah pada pernyataan keempat sebesar 0,468 dan nilai korelasi tertinggi untuk pernyataan ke pertama sebesar 0,824. Sehingga seluruh pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen dapat dikatakan valid dan dapat digunakan untuk perhitungan selanjutnya.

3.4.1.2 Uji Realibilitas

Uji reabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana semua alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan). Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2013:27) adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu. Instrumen yang memiliki realibilitas dapat digunakan untuk mengukur secara berkali-kali yang menghasilkan data yang sama (konsisten).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan program *SPSS for windows* dengan *Alpha Cronbach* untuk menguji reliabilitas kuesioner. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Alpha Cronbach* berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,6. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan *reliable*. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya jika $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel. Setelah melakukan uji instrumen penelitian, maka tahap selanjutnya adalah memilih metode analisis data yang digunakan dan melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian. Adapun reliabilitas untuk masing-masing variabel disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.7
Hasil Pengujian Reliabilitas Keseluruhan Variabel

Variabel	Nilai R_{hitung}	Nilai R_{kritis}	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,850	0,600	Reliabel
Harga (X_2)	0,789	0,600	Reliabel

Kualitas Pelayanan (X_3)	0,842	0,600	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,870	0,600	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel 3.7 diatas diketahui bahwa kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) yang merupakan variabel independen dan kepuasan konsumen (Y) yang merupakan variabel dependen memiliki R_{hitung} melebihi angka 0,6. Sehingga seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi syarat untuk dapat digunakan pada proses selanjutnya.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan metode Analisis Linier Berganda dan Metode Korelasi yang bertujuan untuk menguji seberapa besar hubungan antara variable X terhadap Y, kemudian Uji Hipotesis yang digunakan untuk mengetahui hubungan seluruh variabel secara simultan atau bersama-sama menggunakan uji F dan untuk mengetahui hubungan variabel secara terpisah atau parsial menggunakan uji T.

Pengelolaan dan analisis informasi serta data dalam penelitian ini dikumpulkan dan diolah secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang melandaskan pada sifat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data bersifat kuantitatif untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Metode kuantitatif ini menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2017:93) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Skala *liked* mempunyai gradasi jawaban dari sangat positif sampai dengan negatif, yang biasanya dapat berupa kata-kata sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, hingga sangat tidak setuju. Dengan skala likert, maka variabel akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan baik bersifat *favorable* (positif) ataupun bersifat *unfavorable* (negatif).

Tabel 3.8
Skala Model Likert

No	Jawaban Pertanyaan	Bobot Nilai	
		Bila Positif	Bila Negatif
1	SS (Sangat Setuju)	5	1
2	S (Setuju)	4	2
3	CS (Cukup Setuju)	3	3
4	TS (Tidak Setuju)	2	4
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber : Sugiyono (2017:94)

Pada tabel 3.8 diatas dapat dilihat jawaban dan bobot skor untuk instrument pada pertanyaan dalam kuesioner dengan nilai 5 hingga 1 untuk sangat setuju hingga sangat tidak setuju pada bobot positif dan sebaliknya untuk nilai negatif.

3.5.1 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.

Menurut Sugiono (2017:147) Analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

“Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

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, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Untuk menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden.

$$\sum p \frac{\sum \text{Jawaban Kuisisioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor Rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan diaktegorikan pada rentang skor.

Rentang Skor =

$$\frac{ST-SR}{K}$$

$$r = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Nilai tertinggi = 1 Nilai terendah = 5

Keterangan :

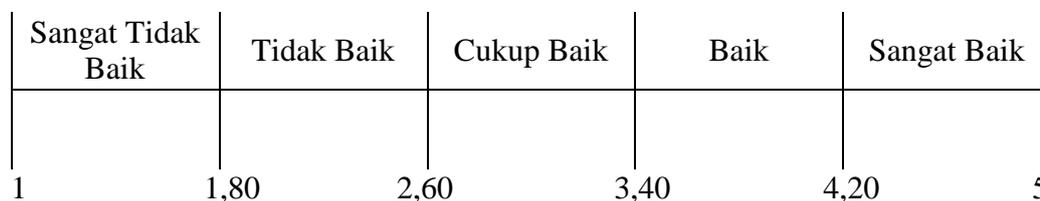
r = Rentang/skala

ST = Skor jawaban tertinggi

SR = Skor jawaban terendah

K = Kategori

Tafsiran nilai rata-rata tersebut dapat diinterpretasikan kedalam garis kontinum. Garis kontinum dapat dilihat pada gambar 3.1 di bawah ini.



Gambar 3.1
Garis Kontinum
Sumber : Sugiyono (2017:95)

Keterangan garis kontinum :

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Kurang
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Kurang
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Cukup Baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat Baik

3.5.2 Analisis Verifikatif

Penelitian ini menggunakan analisis verifikatif, dimana Analisis Verifikatif adalah untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis verifikatif menurut Sugiyono (2017:54) 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.

3.5.2.1 *Method of Succesive Interval (MSI)*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang di dapat masih dalam bentuk skala ordinal. Peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya. Sebelum data di analisis dengan menggunakan metode analisis linier berganda, untuk data yang berskala ordinal harus dirubah menjadi data dalam bentuk skala interval. Perubahan data dari skala ordinal menjadi skala interval dengan menggunakan teknik *Method of Succesive Interval (MSI)*. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati normal.
5. Menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (*scale value / SV*)

$$\text{Rumus} = SV = \frac{\text{Density at Liwer Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Ares Under Lower Limit}}$$

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus :

$$Y = NS\ 1 + (NSmin)$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi, yaitu dengan menggunakan program SPSS *for windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.5.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan peneliti, bila peneliti meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor *predictor* dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiono 2017:275).

Jumlah variabel independen yang diteliti yang digunakan peneliti 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 – variabel yang diteliti. Rumus yang digunakan yaitu :

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

Keterangan :

- Y : Kepuasan Konsumen
 a : Konstanta
 X₁ : Kualitas Produk
 X₂ : Keamanan

X_3 : Kualitas pelayanan
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi
 e : Standar eror

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X_1 (Kualitas Pelayanan), X_2 (Harga), X_3 (Kualitas Pelayanan) dan Y (Kepuasan Konsumen).

3.5.3.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X_1 (Kualitas Pelayanan), X_2 (Harga), X_3 (Kualitas Pelayanan) dan Y (Kepuasan Konsumen).

Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi ganda

JK_{reg} = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

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

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat disimpulkan pada ketentuan-ketentuan untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi diantaranya yang dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3.9
Interprestasi 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, 2017 : 184

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 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.

3.5.2.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Untuk melihat seberapa besar pengaruh pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

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* :

- a. $r^2 \times 1 = \beta_1 \times \text{zero order}$
- b. $r^2 \times 2 = \beta_2 \times \text{zero order}$
- c. $r^2 \times 3 = \beta_3 \times \text{zero order}$

Nilai Koefisien determinasi (R^2) yaitu antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil mengidentifikasi variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi terhadap variabel dependen.

3.5.3 Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yang perlu diuji kebenarannya dalam suatu penelitian.

Sugiyono (2017 : 64) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan hipotesis adalah sebagai berikut:

“Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Tahap-tahap dalam rancangan pengujian hipotesis ini dimulai dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), pemilihan tes statistik, perhitungan nilai statistik dan penetapan tingkat signifikan. Sesuai dengan metode analisis data yang digunakan, selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis terhadap variabel-variabel yang diteliti.

3.5.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan atau keseluruhan pengaruh dari variabel *independen*

terhadap variabel *dependen*. Pengujian hipotesis menurut Sugiyono (2017 : 192) dapat digunakan rumus :

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

Sumber: Sugiyono (2017 : 192)

Keterangan :

R^2 : Koefisien Determinasi

k : banyaknya variabel bebas

n : banyaknya sampel

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

1. Tolak H_0 , jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima (signifikan)
2. Terima H_0 , jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak (tidak signifikan)

Atau dengan menggunakan SPSS dapat digunakan ketentuan:

1. Tolak H_0 , jika probabilitas F (F_{sig}) < 10%, F_{sig} (signifikan).
2. Terima H_0 , jika probabilitas F (F_{sig}) > 10%, F_{sig} (tidak signifikan).

Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

- ✓ $H_0 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y).
- ✓ $H_1 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

3.5.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Terdapat dua uji hipotesis secara parsial dalam analisis jalur, yaitu uji hipotesis mengetahui tingkat signifikan secara parsial atau satu-satu pengaruh

variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 10%, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

k (kelas) = Subvariabel

Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir atau tingkat signifikansinya dalam penelitian dengan menggunakan SPSS ini ditetapkan sebesar 10% ,dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tolak H_0 , jika probabilitas t (t_{sig}) < 10%, t_{sig} (signifikan).
2. Terima H_0 , jika probabilitas t (t_{sig}) > 10%, t_{sig} (tidak signifikan).

Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk statistik sebagai berikut :

- ✓ $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
- ✓ $H_1 : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
- ✓ $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
- ✓ $H_1 : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
- ✓ $H_0 : \beta_3 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- ✓ $H_1 : \beta_3 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner dapat berupa *closed question* atau *multiple choice question*. Maksudnya adalah pertanyaan yang diajukan kepada responden yang telah disediakan pilihan jawabannya, dengan berpedoman kepada skala *likert* dimana setiap jawabannya, dengan berpedoman kepada skala *likert* dimana setiap jawaban akan diberikan skor.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert variabel yang diukur dijabarkan menjadi sub variabel. Kemudian sub variabel dijadikan menjadi indikator. Kemudian indikator-indikator ini yang kemudian dijadikan instrumen penyusunan pertanyaan yang akan diisi oleh responden.

Rancangan kuesioner yang dibuat peneliti adalah kuesioner bersifat tertutup agar responden dapat dengan mudah dan cepat menjawab pertanyaan ataupun pernyataan yang diberikan, dimana jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh peneliti dengan berpedoman kepada skala rating dimana setiap jawaban akan diberikan skor.

3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Kampus Universitas Pasundan Bandung terhadap mahasiswa yang pernah berbelanja di situs jual beli *online* Lazada Indonesia dan mulai pada bulan Juli 2018 hingga Oktober 2018.