

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 mengenai kualitas produk Tahu Bandung NN.
2. Bagaimana Tanggapan konsumen mengenai harga Tahu Bandung NN.

3. Bagaimana Tanggapan konsumen tentang kepuasan Tahu Bandung NN

Metode verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Tahu Bandung NN.

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

Variable penelitian merupakan sesuatu yang dipelajari oleh peneliti untuk mendapat informasi sebagai upaya untuk memberikan solusi pada permasalahan. Variable 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.

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Tahu Bandung NN”, maka variabel terbagi menjadi dua yaitu variabel independen dan variabel dependen. Menurut

Sugiyono (2016:61) adalah:

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (independent). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen yang disimbolkan dalam huruf (Y). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen.

- a. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Kotler dalam Sunyoto, 2013:35)

Sedangkan menurut Lovelock dan Wirtz (2016:74) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan.

Kemudian Fandy Tjiptono (2015:146) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Independen atau bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (dependent). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel independennya adalah Kualitas Produk (X1), dan Harga (X2).

- a. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2014:253) Kualitas Produk adalah karakter

yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kemudian menurut Assauri (2015:211) Kualitas Produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Kualitas Produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. (Handoko dalam Prajati, 2013:16)

- b. Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. (Kotler dan Amstrong, 2013:151). Menurut Fandy Tjiptono (2016: 218) Harga adalah sebagai nilai relatif dari produk dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk. Dan menurut Buchari Alma (2014:169) Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

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 produk. 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 Produk ”kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen.	Kinerja (<i>Performance</i>)	Cita rasa Produk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat cita rasa pada produk Tahu Bandung NN	Ordinal	1
		Kehigienisan makanan	Tanggapan konsumen mengenai tingkat kehygienisan pada produk Tahu Bandung NN	Ordinal	2
Kotler dan Armstrong (2015:253), Assauri (2015:211), Handoko dalam Prajati (2013:16)	Keistimewaan tambahan (<i>features</i>)	Karakteristik produk/ciri khas	Tanggapan konsumen mengenai tingkat karakteristik/ciri khas pada produk Tahu Bandung NN	Ordinal	3
		Daya Tarik yang berkaitan dengan pilihan-pilihan	Tanggapan konsumen mengenai tingkat daya Tarik yang berkaitan dengan pilihan-pilihan dari	Ordinal	4

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		produk	produk Tahu Bandung NN		
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Rasa tidak cepat berubah	Tanggapan konsumen mengenai tingkat keandalan rasa dari produk Tahu Bandung NN	Ordinal	5
		Konsistensi Bentuk dan Ukuran produk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat konsistensi bentuk dan ukuran dari produk Tahu Bandung NN	Ordinal	6
	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Comformance to specification</i>)	Kesesuaian produk melalui komposisi dan rasa	Tanggapan konsumen mengenai tingkat kesesuaian produk melalui komposisi dan rasa pada produk Tahu Bandung NN	Ordinal	7
		Kesesuaian produk melalui tekstur dan kelembutan produk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat kesesuaian produk melalui tekstur dan kelembutan pada produk Tahu Bandung NN	Ordinal	8
	Daya tahan (<i>Durability</i>)	Waktu kadaluarsa (<i>Expired</i>)	Tanggapan konsumen mengenai tingkat daya tahan produk Tahu Bandung NN	Ordinal	9
		Ketahanan produk (tidak mudah)	Tanggapan Konsumen mengenai tingkat ketahanan produk	Ordinal	10

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		rusak)	Tahu Bandung NN		
	Daya Tarik produk terdapat panca indera (<i>Aesthetics</i>)	Keindahan tampilan kemasan	Tanggapan konsumen mengenai tingkat keindahan tampilan kemasan produk Tahu Bandung NN	Ordinal	11
		Keindahan tampilan warna produk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat keindahan warna produk Tahu Bandung NN	Ordinal	12
	Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived quality</i>)	Keunikan produk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat keunikan produk secara umum yang dirasakan oleh konsumen Tahu Bandung NN	Ordinal	13
		Keunggulan produk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat keunggulan dari produk Tahu Bandung NN	Ordinal	14
Harga “nilai dari suatu produk dalam bentuk uang yang harus dikorbankan atau dikeluarkan oleh konsumen guna	Kesesuaian Harga dengan kualitas	Kesesuaian harga dengan kualitas produk Tahu Bandung NN	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk Tahu Bandung NN	Ordinal	15
		Harga sesuai dengan hasil yang	Tingkat kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan	Ordinal	16

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
mendapatkan produk yang diinginkan, sedangkan bagi produsen atau pedagang harga dapat menghasilkan pendapatan atau sebagai pemasukan bagi produsen tersebut” Kotler dan Amstrong (2015:312) Fandy Tjiptono (2016:218) Buchari Alma (2014:169)		diinginkan			
	Keterjangkauan harga	Harga sesuai dengan minat beli	Tingkat kesesuaian harga yg ditawarkan Tahu Bandung NN dengan minat beli konsumen	Ordinal	17
		Harga sesuai dengan daya beli	Tingkat kesesuaian harga yg ditawarkan Tahu Bandung NN dengan daya beli konsumen	Ordinal	18
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat produk Tahu Bandung NN	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat produk Tahu Bandung NN	Ordinal	19
		Kesesuaian harga produk dengan keinginan	Tingkat kesesuaian harga produk Tahu Bandung NN dengan harapan konsumen	Ordinal	20
	Harga sesuai kemampuan dan daya saing	Harga yang ditawarkan Tahu Bandung NN bersaing	Tingkat daya saing harga produk Tahu Bandung NN	Ordinal	21
		Harga lebih terjangkau dibanding pesaing	Tingkat harga yang ditawarkan Tahu Bandung NN lebih terjangkau dari pesaing	Ordinal	22
	Kepuasan Konsumen “tingkat perasaan seseorang senang atau	Kinerja (<i>Performance</i>)	Kualitas Produk	Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk	Ordinal
Pilihan Produk			Tingkat kepuasan konsumen terhadap pilihan produk	Ordinal	24

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
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)		Kemasan produk	Tingkat kepuasan konsumen terhadap kemasan produk	Ordinal	25
		Pelayanan penjualan	Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan	Ordinal	26
		Penetapan harga	Tingkat kepuasan konsumen terhadap penetapan harga	Ordinal	27
		Potongan harga	Tingkat kepuasan konsumen terhadap potongan harga yang diberikan	Ordinal	28
	Harapan (<i>Expectation</i>)	Kualitas produk	Tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap kualitas produk	Ordinal	29
		Pilihan produk	Tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap pilihan produk	Ordinal	30
		Kemasan produk	Tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap kemasan produk	Ordinal	31
		Pelayanan penjualan	Tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap pelayanan konsumen	Ordinal	31
		Penetapan harga	Tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap penetapan harga	Ordinal	33
		Potongan harga	Tingkat kesesuaian harapan konsumen terhadap potongan harga yang diberikan	Ordinal	34

Sumber: diolah Penulis 2018

Dari tabel 3.1 dapat dilihat bahwa terdapat jumlah item pernyataan yang lebih banyak yakni sejumlah 34 item pernyataan dibanding jumlah item pernyataan pada pra-kuesioner yang berjumlah 13 item pernyataan. Pengembangan jumlah item pernyataan pada rancangan kuesioner ini dikarena adanya penambahan dimensi pada variabel bebas yakni kualitas produk sebanyak 7 item dimensi dan harga sebanyak 4 item dimensi serta pada variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen sebanyak 2 item dimensi. Pada masing-masing item dimensi kemudian dikembangkan menjadi dua sampai dengan empat item pernyataan berdasarkan keterkaitan dengan masalah yang ingin diketahui oleh peneliti dan berdasarkan keluhan dari konsumen.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Dan untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Dan sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Sugiyono (2016:117) berpendapat bahwa 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. Sesuai dengan judul penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Tahu Bandung NN. Maka dalam hal ini yang menjadi populasinya adalah konsumen pada Tahu Bandung NN. Selama peneliti melakukan penelitian dalam 1 (satu) minggu terhitung sejak tanggal 9 April sampai dengan 15 April 2018, jumlah konsumen yang membeli produk Tahu Bandung NN, dapat dilihat pada Tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2
Jumlah Populasi Pembeli Tahu Bandung NN

Tanggal	Hari	Konsumen
09 April 2018	Senin	656
10 April 2018	Selasa	454
11 April 2018	Rabu	689
12 April 2018	Kamis	799
13 April 2018	Jumat	353
14 April 2018	Sabtu	531
15 April 2018	Minggu	223
Total		3.705
Rata-rata		530

Sumber: Observasi langsung pada Tahu Bandung NN

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 3.705 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 :

$$n = \frac{530}{1 + (530)(0,10)^2}$$

$$= \frac{530}{6,3}$$

= 84,13 dibulatkan menjadi 85

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebanyak 85 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 terhadap masalah yang menjadi objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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 Tahu Bandung NN, 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 Tahu Bandung NN 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 Tahu Bandung NN. 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

Dalam penelitian ini metode analisis data yang akan di pakai adalah metode kuantitatif. Karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah

mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafah positivism. Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, Sugiyono (2016:12).

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, 2016 : 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 disebarakan.

3.5.3 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Statistik yang digunakan adalah rata-rata (mean), median, modus, standar deviasi dan lain-lain. Variabel penelitian ini adalah mengenai kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert, karena skala likert umum digunakan dalam kuesioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam suatu penelitian. Skala likert 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 dengan variable penelitian. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative. Terdapat lima (5) kategori pembobotan dalam skala likert ialah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2016:94)

Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel tersebut (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuisioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert. Untuk menentukan jawaban responden termasuk kedalam golongan tinggi, sedang atau rendah terlebih dahulu ditentukan skala intervalnya dengan cara sebagai berikut:

$$NJI \text{ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Tabel 3.4
Kategori Skala

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Tidak Baik	1,00-1,80
2	Tidak Baik	1,81-2,60
3	Kurang Baik	2,61-3,40
4	Baik	3,41-4,20
5	Sangat Baik	4,21-5,00

Sumber : Sugiyono (2016:134)

3.5.4 Analisis Verifikatif

Penelitian Verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji Hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dalam penelitian ini, ada beberapa

metode statistik yang akan digunakan seperti, Analisis Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi.

3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016:210) 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 Produk) 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 Produk

X_2 = Harga

3.5.6 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X_1 (Kualitas Produk) 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

JKreg = 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 3.5
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 (2016:94)

3.5.7 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 Produk (X_1) dan Harga (X_2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

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

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

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

Keterangan :

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 Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Tahu Bandung NN.

$H_a : \beta_1 \neq 0$: terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Tahu Bandung NN.

$H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Tahu Bandung NN.

$H_0 : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Tahu Bandung NN

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf 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.

3.5.8 Koefisien Determinasi

Koefisien Koefisien determinasi (R^2) atau *adjusted* R^2 bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R^2 atau *adjusted* R^2 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.

3.5.9 Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh secara parsial per sub variable Kualitas Produk (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 (2013:172) 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 K_d sama dengan 0 maka pengaruh X terhadap variabel Y, lemah. Apabila K_d 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 Produk, 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 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian untuk penulisan skripsi ini berlangsung mulai Maret sampai dengan Mei 2018, dilakukan penulis di perusahaan Tahu Bandung NN yang beralamat di Desa Sukadami RT. 011/05 Kecamatan Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi.