

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut (Sugiyono, 2017, 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. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode survey. Menurut (Sugiyono, 2017, 7) pengertian metode survey adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relative, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Tujuan penelitian survey adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Menurut (Sugiyono, 2017, 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 suatu kesimpulan. Sedangkan

penelitian verifikatif menurut (Sugiyono, 2017, 11) adalah Suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan sementara penelitian. Metode penelitian deskriptif digunakan peneliti untuk mengetahui dan mengkaji :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk susu lembang KPSBU Jabar.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai iklan susu lembang KPSBU Jabar.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen susu lembang KPSBU Jabar.

Sedangkan metode verifikatif yang digunakan peneliti untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap kepuasan konsumen susu lembang KPSBU Jabar baik secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Bagian sub bab ini menjelaskan mengenai definisi dan ukuran yang digunakan untuk setiap variabel, baik variabel independen dan dependen. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel kualitas produk (X_1), variabel iklan (X_2) dan variabel kepuasan konsumen (Y) disertai dengan pengukuran dari variabel tersebut untuk kemudian dioperasionisasikan berdasarkan dari dimensi, indikator, ukuran dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian sebagai berikut.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mengumpulkan data. Menurut (Sugiyono, 2017, 38) variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Menurut (Sugiyono, 2017, 59) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas (independen) ini diberi simbol X. Sedangkan variabel terikat menurut (Sugiyono, 2017, 59) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (dependen) ini diberi simbol Y. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu variabel X_1 , X_2 dan variabel Y. Adapun variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut.

1. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik bagi sebuah produk yang dapat ditentukan melalui dimensi-dimensinya untuk mengetahui sampai sejauh mana sifat dan karakteristik tersebut mampu memenuhi kebutuhan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2014, 134).

2. Iklan (X_2)

Iklan merupakan suatu bentuk komunikasi non-personal mengenai sajian informasi suatu barang atau jasa maupun ide oleh sponsor tertentu yang mengeluarkan biaya untuk kegiatan tersebut tanpa melalui interaksi pribadi. Fungsi iklan adalah memberikan informasi dan meninggalkan

nilai komoditi yang diiklankannya. Metode iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi massa. Karena itu, manajer pemasaran dapat mengarahkan misinya kepada sejumlah besar konsumen yang menjadi sasaran iklannya.

3. Kepuasan Konsumen (Y)

kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau pesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya. Kotler dan Keller dalam (Bob Sabran, 2016, 128)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menjabarkan mengenai setiap variabel yang diteliti sesuai dengan konsep, dimensi, indikator, ukuran dan skala variabel tersebut. Adanya operasionalisasi variabel ini adalah untuk memudahkan peneliti agar dapat mengetahui bagaimana cara mengukur suatu variabel tersebut. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel

Variabel & Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Angket
Kualitas Produk (X1) “Kualitas produk merupakan Perpaduan antara sifat dan karakteristik	David Garvin dalam Fandy Tjiptono (2016, 134)	Kualitas rasa produk susu lembang KPSBU Jabar	Tingkat kualitas rasa produk susu lembang KPSBU Jabar	Ordinal	1
	Kinerja (<i>Performance</i>)	Kehigienisan produk susu lembang KPSBU Jabar	Tingkat kehygienisan produk susu lembang KPSBU Jabar	Ordinal	2

Lanjutan Tabel 3.1

bagi sebuah produk (barang atau jasa) yang dapat ditentukan melalui dimensi-dimensinya untuk mengetahui sampai sejauh mana sifat dan karakteristik tersebut mampu memenuhi kebutuhan pelanggan”. (Fandy Tjiptono, 2014, 134)	Ciri (<i>Features</i>)	Keragaman jenis produk KPSBU Jabar	Tingkat keragaman jenis produk KPSBU Jabar	Ordinal	3
		Keragaman rasa produk KPSBU Jabar	Tingkat keragaman rasa produk KPSBU Jabar	Ordinal	4
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Jaminan kehalalan produk KPSBU Jabar	Tingkat jaminan kehalalan produk KPSBU Jabar	Ordinal	5
		Ketahanan produk susu lembang KPSBU Jabar	Tingkat ketahanan produk susu lembang KPSBU Jabar		6
	Daya Tahan (<i>Durability</i>)	Waktu expire	Tingkat kejelasan waktu expire pada produk susu lembang KPSBU Jabar	Ordinal	7
	Estetika (<i>Esthetics</i>)	Keindahan dan kepraktisan kemasan produk susu lembang KPSBU Jabar	Tingkat keindahan dan kepraktisan kemasan produk susu lembang KPSBU Jabar	Ordinal	8
	Kualitas yang dipersepsikan	Keunggulan kualitas produk KPSBU Jabar secara umum disbanding pesaing	Tingkat keunggulan kualitas produk KPSBU Jabar secara umum disbanding pesaing	Ordinal	9
Iklan (X2)	Kotler & Keller (2016,	Iklan yang interaktif	Tingkat keinteraktifa	Ordinal	11

Lanjutan Tabel 3.1

“Iklan merupakan suatu bentuk komunikasi non-personal mengenai sajian informasi suatu barang atau jasa maupun ide oleh sponsor tertentu yang mengeluarkan biaya untuk kegiatan tersebut tanpa melalui interaksi pribadi”. J. Paul Peter dan Jerry C. Olson yang dialihbahasakan oleh (Diah Tantri Dwiandani, 2014, 205), Kotler dan Keller (2016, 631)	609)		n iklan		
	Misi (<i>Mission</i>)	Daya tarik iklan	Tingkat daya tarik iklan	Ordinal	12
	Pesan (<i>Message</i>)	Keunikan isi pesan	Tingkat keunikan isi pesan iklan	Ordinal	13
		Kejelasan pesan iklan	Tingkat kejelasan pesan iklan	Ordinal	14
	Media (<i>Media</i>)	Jumlah media iklan	Tingkat media iklan produk KPSBU Jabar	Ordinal	15
	Pengukuran (<i>Measurenment</i>)	Kesan dari iklan	Tingkat kesan yang timbul dari iklan	Ordinal	16
Kepuasan Konsumen (Y) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau pesan terhadap	Fandy Tjiptono (2016, 295)	Kesesuaian kualitas produk dengan harapan	Tingkat kesesuaian kualitas produk dengan harapan	Ordinal	17
	Kualitas Produk				
	Harga	Kesuaian harga	Tingkat kesuaian harga	Ordinal	18
	Faktor Emosional	Nilai pelanggan dari sproduk	Tingkat nilai pelanggan dari produk	Ordinal	19
	Biaya dan Kemudahan	Kemudahan	Tingkat kemudahan	Ordinal	20

Lanjutan Tabel 3.1

kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya. Kotler dan Keller dalam (Bob Sabran, 2016, 128)		mendapatk an produk	mendapatkan produk	Ordinal	21
		Efisiensi pengeluara n dalam mendapatk an produk	Tingkat efisiensi pengeluaran dalam mendapatkan produk		

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu peneliti dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian. Untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Sampel merupakan sebagian atau bertinda sebagai perwakilan dari populasi sehingga hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan pada populasi. Penarikan sampel diperlukan apabila populasi yang diambil sangat banyak dan peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau seluruh populasi. Adanya sampel sangat membantu peneliti sehingga tidak perlu meneliti secara keseluruhan populasi cukup hanya sebagian.

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui kriteria dan dapat dikategorikan kedalam objek tersebut berupa manusia. Selain itu, populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Menurut

(Sugiyono, 2017, 80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti. Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang ke Susu Lembang KPSBU Jabar pada bulan Oktober - Desember 2017 sebagai berikut :

Tabel 3.2. Jumlah Pengunjung Susu Lembang KPSBU Jabar
Juli – Desember 2017

Bulan	Jumlah Pengunjung
Juli	8.927
Agustus	7.625
September	6.917
Oktober	6.227
November	6.093
Desember	8.641
Jumlah	44.430

Sumber : Susu Lembang KPSBU Jabar

Berdasarkan tabel 3.2 yang disajikan menunjukkan bahwa populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah rata-rata jumlah konsumen Susu Lembang KPSBU Jabar pada bulan Oktober – Desember 2017. Adapun hasil yang didapatkan yaitu sebanyak 44.430 orang selama enam bulan dengan rata-rata sebanyak 7.405 orang setiap bulan.

3.3.2 Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian.

Menurut (Sugiyono, 2017, 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan hanya sebagian dari populasi saja. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya. 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 benar-benar mewakili. Kesimpulannya sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi konsumen Susu Lembang KPSBU Jabar. Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan presentase tingkat kesalahan yang dapat ditolelir sebesar 10% (0,1) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus slovin.

Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden berdasarkan metode Slovin (Husein Umar, 2013, 78) sampel yang akan ditentukan oleh peneliti dengan presentase tingkat kesalahan yang dapat ditolelir sebesar 10% (0,1) sebagai berikut pada halaman selanjutnya.

$$n = \frac{N}{1 + N_e^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir

Jumlah populasi yaitu sebanyak 7.405 orang dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel

yang diambil untuk mewakili populasi data dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2} = \frac{7.405}{1 + 7.405 (0,1)^2}$$

$$= \frac{7.405}{75,05}$$

$$n = 98,66 \text{ atau } 100$$

Berdasarkan perhitungan slovin tersebut, maka diperoleh ukuran sampel sebanyak 100 responden. Penggunaan sampel tersebut diharapkan hasil penelitian dapat mendekati keadaan yang sebenarnya.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu *probabilty sampling* dan *nonprobability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017, 81) menjelaskan bahwa *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu, sampling sistematis, sampling kuota, *incidental sampling*, sampling jenuh dan *snowball sampling*.

Pada laporan penelitian ini teknik *non probability sampling* yang dipilih menggunakan sampling insidental, menurut (Sugiyono, 2017, 85) sampling insidental adalah teknik ini menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara keseluruhan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai

sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui oleh peneliti itu cocok dijadikan sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan

Penelitian Lapangan merupakan data yang diperoleh berdasarkan survei lapangan yang dilakukan di Susu Lembang KPSBU Jabar. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat. Penelitian lapangan dapat diperoleh melalui beberapa cara sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Menurut (Sugiyono, 2017, 145) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, serta tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis seperti proses pengamatan dan ingatan. Peneliti melakukan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan fenomena/permasalahan yang harus diteliti dan bila peneliti ingin mengetahui hal-hal mendalam yang bisa didapatkan dari responden dan jumlah responden kecil/sedikit (Sugiyono 2017, 137). Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada *Marketing Manager* divisi retail Susu Lembang KPSBU Jabar. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, dan menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017, 142). Kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada pengunjung Susu Lembang KPSBU Jabar. 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, promosi penjualan, dan kepuasan konsumen di Susu Lembang KPSBU Jabar.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Jurnal yaitu, data pendukung berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian.
- b. Internet yaitu, dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet baik berbentuk jurnal, makalah ataupun karya ilmiah.

Data ini sangat penting bagi kelengkapan analisis dari temuan hasil penelitian. Sumber data sekunder yang dimaksud adalah buku-buku dari berbagai referensi dan bahan-bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Instrumen penelitian yang lazim digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian, yaitu pengunjung Susu Lembang KPSBU Jabar. Instrumen penelitian dalam metode kuesioner hendaknya disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dijabarkan dalam tabel operasionalisasi variabel sehingga masing-masing

pertanyaan yang akan diajukan kepada setiap responden dapat terukur. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah likert.

Menurut (Sugiyono, 2017, 93) skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif sebagai berikut :

Tabel 3.3 Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
RG (Ragu-ragu)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : Sugiyono (2017, 93)

Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, alat pengukuran tersebut yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk membantu menulis dalam melakukan penelitian. Mengacu pada ketentuan tersebut, untuk menguji keabsahan diperlukan dua macam pengujian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan salah satu uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian. Menurut (Sugiyono, 2017, 200) uji validitas merupakan suatu derajat

ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor butir dengan skor totalnya. Untuk mencari nilai korelasi maka metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan korelasi *Pearson Product Moment*, dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2) (n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefesien r produk momen

r = Koefesien validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam setiap item

y = Skor total instrumen

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum x$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar mengambil keputusan :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Menurut (Sugiyono, 2017, 126) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut (Sugiyono, 2017, 130) mengemukakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *split-half* yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *spearman brown* yang peneliti sajikan sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus yang disajikan sebagai berikut.

$$r_b = \frac{n(AB) - (\sum A)(\sum B)}{((n \sum A^2 - (\sum A)^2)(n \sum B^2 - (\sum B)^2))}$$

Dimana :

r = Korelasi produk moment

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *spearman brown* sebagai berikut :

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana :

r = nilai reliabilitas

r_b = Korelasi *pearson product moment* antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya :

- Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument tersebut dikatakan reliable
- Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrument tersebut dikatakan tidak reliable

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut

digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relative sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefesien reliabilitas. Apabila koefesien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dari setiap item kuesioner yang diberikan kepada populasi yang telah ditentukan oleh peneliti. Menurut (Sugiyono, 2017, 147) yang dimaksud teknik analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dan variabel penelitian. Penelitian yang

dilakukan ini menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen yang selanjutnya diklasifikasi terhadap jumlah total skor responden. Berdasarkan jumlah skor jawaban responden yang telah diperoleh, kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian termasuk dalam kategori : sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Secara lebih jelas, berikut cara perhitungannya :

$$p = \frac{\text{Jawaban Kuesioner}}{\text{Pertanyaan} \times \text{Responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

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

$$\text{NJI Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}}$$

Dimana :

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

$$\text{Rentang skor} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut :

- a. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Tidak Baik

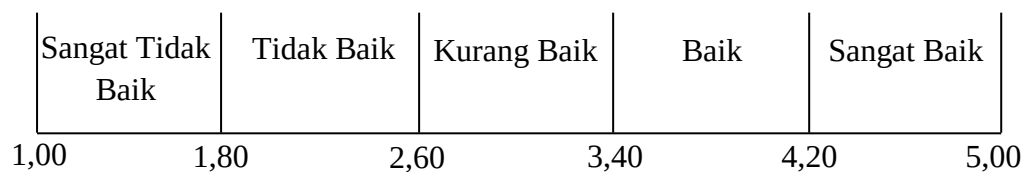
- b. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak Baik
- c. Jika memiliki kesesuaian 2,60 – 3,40 : Kurang Baik
- d. Jika memiliki kesesuaian 3,40 – 4,20 : Baik
- e. Jika memiliki kesesuaian 4,20 – 5,00 : Sangat Baik

Tabel 3.4. Kategori Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Baik
1,81	2,60	Tidak Baik
2,61	3,40	Kurang Baik
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2017)

Untuk mengklasifikasikannya dapat dilihat pada garis kontinum sebagai berikut :



Gambar 3.1. Garis Kontinum

Sumber : Sugiyono (2017)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menjawab rumusan masalah tidak hanya menggunakan analisis deskriptif, tetapi juga menggunakan analisis verifikatif. Analisis verifikatif merupakan 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. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode sebagai berikut.

3.6.2.1 *Method Of Succesive Interval (MSI)*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena dalam penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Succesive Interval*). Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI (*Method Of Succesive Interval*) adalah sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi setiap 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 atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumus yang peneliti sajikan sebagai berikut.

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

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

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

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan peneliti untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel X_1 (Kualitas Produk) dan X_2 (Iklan) terhadap Y (Kepuasan Konsumen). Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

a = Bilangan konstanta

b_1 dan b_2 = Koefisien regresi Kualitas Produk dan Iklan

X_1 = Variabel bebas (Kualitas Produk)

X_2 = Variabel bebas (Iklan)

e = Error atau faktor gangguan lain

Untuk mendapatkan nilai a , b_1 dan b_2 , dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$X_1 Y = a X_1 + b_1 X_1^2 + b_2 X_1 X_2$$

$$X_2 Y = a X_2 + b_1 X_1 X_2 + b_2 X_2^2$$

Setelah mendapatkan nilai a , b_1 dan b_2 , maka akan diperoleh persamaan Y .

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antar variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Adapun rumus korelasi berganda sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK_{\text{regresi}}}{Y^2}$$

Dimana :

R^2 = Koefesien korelasi berganda

JK_{regresi} = Jumlah kuadrat regresi

Y^2 = Jumlah kuadrat total korelasi

Berdasarkan nilai r yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ sebagai berikut :

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antar variabel X_1 , X_2 dan variabel Y

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel negative

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidanya hubungan antar variabel dapat dilihat jika semakin mendekati angka 1, maka korelasi semakin mendekati sempurna. Interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel-variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2017, 184) seperti pada tabel berikut :

Tabel 3.5. Taksiran Besarnya Koefesien Korelasi

Interval Koefesien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017, 184)

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat presentase (%) besarnya pengaruh variabel X_1 (Kualitas Produk) dan variabel X_2 (Iklan) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut :

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel X_1 (Kualitas Produk) dan variabel X_2 (Iklan) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

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

Dimana :

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat dari koefisien ganda

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel X_1 (Kualitas Produk) dan variabel X_2 (Iklan) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) secara parsial :

$$Kd = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Dimana :

B = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero Order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

$K_d = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

$K_d = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.6.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap kepuasan konsumen, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.6.3.1 Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Kepuasan Konsumen

$H_0 : \beta_1 : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Kepuasan Konsumen

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda digunakan rumus sebagai berikut pada halaman selanjutnya.

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

Dimana :

R^2 = Kuadrat koefesien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

n = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} ($n-k-1$) = Derajat kebebasan

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

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima.

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

3.6.3.2 Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis secara parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat diajabarkan sebagai berikut :

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
- b. $H_0 : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
- c. $H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh iklan terhadap kepuasan konsumen
- d. $H_0 : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh iklan terhadap kepuasan konsumen

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan taraf signifikan 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus yaitu :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Dimana :

t_{hitung} = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan t_{tabel} dengan ketentuan yaitu :

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dipoersionalisasikan 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, iklan dan kepuasan konsumen yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di Toko Retail Susu Lembang KPSBU Jabar yang terletak di Komplek Pasar Baru Lembang. Adapun waktu untuk menyelesaikan penelitian ini mulai dari Januari 2018 sampai Februari 2019.