

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Pada penelitian laporan ini penulis menggunakan metode survey yaitu dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data yang penting dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2016:7) 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 relatif, 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.

Pada rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini ialah bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2016:11) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui satu atau lebih variabel tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan 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 dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Kualitas Pelayanan yang dilakukan Kanaya *Foodcourt*.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Harga di Kanaya *Foodcourt*.
3. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kepuasan konsumen di Kanaya *Foodcourt*.

Meode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Kanaya *Foodcourt*.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti perlu menjelaskan definisi varabel penelitian dan juga memaparkan operasionalisasi variabel penelitian. Karena hal tersebut merupakan suatu aspek yang memberikan informasi mengenai variabel yang tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). variabel-variabel tersebut kemudian dibentuk dalam operasionalisasi variabel berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal yang memiliki nilai yang bermacam-macam. Menurut Sugiyono (2016:38) Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Adapun operasionalisasi variabel diamati oleh peneliti adalah :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Menurut Sugiyono (2016:39) variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)". Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2). Berikut merupakan definisi dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian :

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan"

b. Harga

Menurut Kotler dan Keller (2016:312) menyatakan bahwa harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang

berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepas barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Pelanggan yang loyal juga akan memperhatikan harga yang ditetapkan atas produk yang digunakannya. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2016:39), Variabel terikat (*dependent variable*) adalah “Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.” Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Definisi kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono (2015:146) “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam setiap penelitian harus dijelaskan mengenai operasionalisasi variabel. Pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian. Setelah itu melanjutkan analisis ini untuk mencari hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden. Selain itu, Operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui klasifikasi ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, konsep variabel, indikator, ukuran dan skala. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang

diteliti yaitu Kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas pertama (X1), Harga sebagai variabel bebas kedua (X2), dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel terikat (Y). Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala . Data skala ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara kategorisasi atau klasifikasi tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan atau tingkatan operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui klasifikasi ukurannya. Berikut operasionalisasi variabel yang di teliti dalam tabel 3.1:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan konsep variabel	Dimensi	Indicator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas pelayanan menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan” Fandy Tjiptono (2016:59)	Tangible (Bukti Fisik)	Kelengkapan fasilitas	Tingkat kelengkapan fasilitas	Ordinal	1
		Kerapihan seragam karyawan	Tingkat kerapihan seragam karyawan	Ordinal	2
	Empathy (empati)	Keramahan karyawan	Tingkat Keramahan karyawan	Ordinal	3
		Kemampuan karyawan memahami keinginan konsumen	Tingkat Kemampuan karyawan memahami keinginan konsumen	Ordinal	4
		Sopan santun karyawan	Tingkat sopan santun karyawan	Ordinal	5
	Responsiveness (Ketanggapan)	Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen	Tingkat kecepatan konsumen pada kualitas pelayanan	Ordinal	6
		Pengetahuan karyawan untuk menjawab pertanyaan	Tingkat pengetahuan karyawan untuk menjawab pertanyaan	Ordinal	7

Variabel dan konsep variabel	Dimensi	Indicator	Ukuran	Skala	No Item
		konsumen	konsumen		
		Inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	Tingkat inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	ordinal	8
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Kecepatan pesanan yang diterima konsumen	Tingkat kecepatan pesanan yang diterima konsumen	Ordinal	9
		keakuratan karyawan terhadap konsumen	Tingkat keakuratan karyawan terhadap karyawan	Ordinal	10
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	kelezatan makanan	Tingkat kehygienisan makanan dan minuman	Ordinal	11
		Keamanan kendaraan saat parkir	Tingkat keamanan kendaraan saat parkir	Ordinal	12
<p>Harga (X^2)</p> <p>harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepas barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Pelanggan yang loyal juga akan memperhatikan harga yang ditetapkan atas produk yang</p>	<i>Cost function</i> (Fungsi biaya)	Keterjangkauan harga	Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal	13
		Harga diskon	Tingkat daya tarik harga diskon	Ordinal	14
	<i>Competitor Price</i> (Harga Pesaing)	Perbandingan harga dengan pesaing	Tingkat perbandingan harga dengan pesaing	Ordinal	15
		Harga mampu bersaing dengan produk sejenis ditempat lain	Tingkat persaingan harga produk	Ordinal	16
	<i>Customer value</i> (Nilai Pelanggan)	Kesesuaian harga dengan kualitas	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas	Ordinal	17
		Kesesuaian harga dengan keinginan konsumen	Tingkat kesesuaian harga dengan keinginan konsumen		18
		Harga sesuai dengan hasil	Tingkat kesesuaian harga	Ordinal	19

Variabel dan konsep variabel	Dimensi	Indicator	Ukuran	Skala	No Item
digunakannya. Kotler dan Keller (2016:47)		yang diinginkan	dengan hasil yang diinginkan		
<p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p> <p>Kepuasan (Y) “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”. Fandy Tjiptono (2016:146)</p>	Kinerja	Kepuasan atas kemampuan perusahaan dalam melayani Pelanggan dengan tepat	Tingkat kepuasan atas kemampuan perusahaan dalam melayani Pelanggan dengan tepat	Ordinal	20
		Kepuasan atas kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan	Tingkat kepuasan atas kesigapan pegawai dalam melayani pelanggan	Ordinal	21
		Kepuasan pada kualitas pelayanan	Tingkat kepuasan pada kualitas pelayanan	Ordinal	22
		Kepuasan atas harga	Tingkat kepuasan atas harga	Ordinal	23
	Harapan	Kepuasan atas terpenuhinya keinginan konsumen	Tingkat kepuasan atas terpenuhinya keinginan pelanggan	Ordinal	24
		Kepuasan atas kemampuan perusahaan melayani pelanggan dibandingkan dengan pesaing	Tingkat Kepuasan atas kemampuan perusahaan melayani pelanggan dibandingkan dengan pesaing	Ordinal	25
		kepuasan atas harga yang ditetapkan perusahaan dibandingkan dengan pesaing	Tingkat kepuasan atas harga yang ditetapkan perusahaan dibandingkan dengan pesaing	ordinal	26

Variabel dan konsep variabel	Dimensi	Indicator	Ukuran	Skala	No Item
		Saya berminat melakukan pembelian ulang	Tingkat minat melakukan pembelian ulang	Ordinal	27

Sumber : Data Diolah Peneliti

Berdasarkan table 3.1 diatas dapat dilihat bahwa rancangan kuesioner penelitian terdiri atas 27 item pernyataan. Terdapat perbedaan jumlah item pernyataan pada kuesioner penelitian pedahuluan yang hanya berjumlah 14 pernyataan. Perbedaan tersebut dikarenakan rancangan kuesioner disusun lebih detail untuk meneliti variabel yang telah ditetapkan peneliti berdasarkan kuesioner penelitian pedahuluan dengan menggunakan dimensi, indikator, dan ukuran serta skala.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Dalam melakukan penelitian memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti. Untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

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 (2016:117) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya". Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kanaya *Foodcourt*. Berikut Jumlah Konsumen pada bulan Januari 2017 – maret 2018 :

Tabel 3.2
Jumlah Konsumen Kanaya *Foodcourt* Pada Bulan Januari – Desember 2017

Bulan	Jumlah
Januari	7526
Febuari	6580
Maret	7854
April	7012
Mei	8764
Juni	8957
Juli	8705
Agustus	8181
September	6579
Oktober	6253
November	6589
Desember	6293
Total	89293

Sumber : Kanaya Foodcourt

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili

populasi dalam penelitian. Sampel menurut Sugiono (2016:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang bisa dianggap mewakili populasi. Penelitian ini tidak menggunakan 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 harus diambil betul-betul sangat representative (benar-benar mewakili).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode slovin untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diteliti. Cara menentukan ukuran sampel dengan metode slovin adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 89.293 penjualan. Maka dari itu data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{89.293}{1 + 89.293 (0.10^2)}$$

$$n = 99.88 = 100 \text{ orang}$$

Jadi berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat diambil sample dari populasi sebanyak 99,88 orang. Namun, karena ada unsur pembulatan dan untuk mempermudah perhitungan maka penulis membulatkannya menjadi 100 orang responden.

3.3.3 Teknik Sampling

Dalam menentukan sampel terdapat Teknik yang digunakan untuk mengambil sampel tersebut dalam melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2016:81) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, menurut Sugiono (2016:66) *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu teknik *nonprobability sampling* yang digunakan oleh penulis adalah aksidental sampling. Menurut Sugiyono (2016:67) menyatakan bahwa secara spesifik teknik ini menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara keseluruhan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan

dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2016:137) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, yaitu :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer. Data primer bisa diperoleh melalui beberapa cara, yaitu:

a. 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.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada pemilik atau manajer, karyawan, dan konsumen Kanaya *Foodcourt*. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen Kanaya *Foodcourt*. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat pelanggan mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pada Kanaya

Foodcourt.

2. Studi Pustaka (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi perpustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu *literature-literature*, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3.4.1 Teknik Pengolahan Data

Dalam teknik pengolahan data ini menguraikan metode-metode analisis yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Metode analisis data sangat tergantung pada jenis penelitian dan metode penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data diikuti dengan pengujian hipotesis penelitian.

3.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas (*validity*) dimaksudkan untuk menguji kualitas kuesioner. Validitas menurut Sugiyono (2016:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. 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. Dalam mencari nilai korelasi penulis

menggunakan rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson, dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\Sigma X_1 X_{1tot}) - (\Sigma X_1)(\Sigma X_{1tot})}{\sqrt{((n\Sigma x_i^2 - (\Sigma x_i)^2)(n\Sigma x_{tot}^2) - (\Sigma x_{1tot})^2)}}$$

Keterangan :

r = Korelasi product moment

ΣX_i = Jumlah skor suatu item

ΣX_{tot} = Jumlah total skor jawaban

Σx_i^2 = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

Σx_{tot}^2 = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\Sigma X_i X_{tot}$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

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.

3.4.1.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner

ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid (Sugiyono, 2016:173).

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah method *Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus spearman brown, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

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 :

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

Dimana :

r = Koefesien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = 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:

- a. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel

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 relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel

dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2016:148).

Berdasarkan pendapat diatas maka dapat disimpulkan Analisis data digunakan juga untuk mengujihipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent (X_1) = Kualitas Pelayanan, (X_2) = Harga terhadap variabel dependent (Y) = Kepuasan Konsumen.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut : hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner/angket). Dimana variabel X_1 (Kualitas Pelayanan),

variabel X2 (Harga), dan variabel Y (Kepuasan Konsumen), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2016:94)

Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert. Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, maka selanjutnya penulis membuat garis kontinum.

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

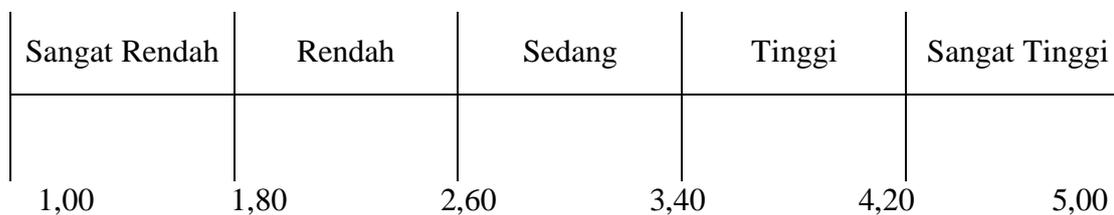
Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

1. Indeks Minimum : 1
2. Indeks Maksimum : 5
3. Interval : $5-1 = 4$
4. Jarak Interval : $(5-1) : 5 = 0,8$

Tabel 3.4
Kategori Skala

Ordinal	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Tidak Baik/Rendah
2,61 - 3,40	Cukup/Sedang
3,41 – 4,20	Baik/Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2016:97)



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.5.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif 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, menurut Sugiyono (2016:54). Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut ini :

3.5.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau perubahan. Dikatakan regresi linier berganda, karena jumlah variabel bebas (independen) sebagai prediktor lebih dari satu, maka digunakan persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

a = Bilangan konstanta

β_1 dan β_2 = Koefisien regresi gaya hidup dan kelompok rujukan

X_1 = Variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

X_2 = Variabel bebas (Harga)

e = Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas pelayanan dan harga

3.5.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan harga

(X), dan kepuasan konsumen (Y). Korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana:

R = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

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

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

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

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

Interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variable-variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2016) seperti tertera pada tabel berikut :

Tabel 3.5
Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi

Ordinal Koefisien	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 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2016:184)

3.5.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis

yang akan diajukan diterima atau ditolak. Pengujian hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1), rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

3.5.3.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F 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 Pelayanan dan Harga terhadap
Kepuasan Konsumen

$H_1 = \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga 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 :

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

Dimana :

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

k = Banyaknya variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

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

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} - H_1$ diterima (signifikan)

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel} - H_1$ ditolak (tidak signifikan)

3.5.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistik sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. $H_1 : \beta_1 \neq 0$, terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. $H_0 : \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.
 $H_1 : \beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan signifikansi 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{rp\sqrt{n-2}}{1-rp}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

r_p = Nilai korelasi parsial

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

Terima H_0 Jika $t_{hitung} < t_{tabel} - H_1$ ditolak (tidak signifikan)

Tolak H_0 Jika $t_{hitung} > t_{tabel} - H_1$ diterima (signifikan)

3.5.3.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). 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 Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

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

Dimana :

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase Kualitas Pelayanan (X_1) dan variabel Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara parsial :

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

Dimana :

B = Beta (nilai *standarlized coefficients*)

Zero Order = Matrik Kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat dimana apabila

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

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Kuat

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kanaya *Foodcourt* yang beralamat Jl. Cikutra No.237, Neglasari, Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40124, Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan September 2018 sampai dengan selesai.

3.7. Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Selain itu, kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka. Rancangan kuesioner yang dibuat oleh peneliti adalah

kuesioner tertutup dimana jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh penulis.

Jumlah kuesioner ditentukan berdasarkan indikator variabel penelitian.