

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat di dalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. 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.

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 diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan 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 apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah penelitian nomor satu sampai tiga yang telah dipaparkan pada bab satu. Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh *product quality* dan *people* terhadap kepuasan konsumen pada *coffee house* 150 Coffee & Garden.

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 sebagai berikut.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Istilah *variable* dapat diartikan bermacam-macam. Dalam tulisan ini *variable* diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Menurut Sugiono (2017 :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.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel ini melibatkan tiga variabel, yaitu variabel *Product Quality* sebagai (X_1) *People* sebagai (X_2) sebagai variabel independen dengan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen sebagai variabel (Y).

1. *Product Quality* sebagai variabel (X_1)

Kualitas produk (*Product Quality*) merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan. Kotler (2016:122),

American Society dalam buku Kotler dan Keller (2016:156), Kotler dan Armstrong (2015:253).

2. *People* sebagai variabel (X₂)

Orang (*People*) merupakan pelaku yang mempunyai peran penting dalam berlangsungnya proses penyampaian jasa dan dapat mempengaruhi persepsi konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa. Fandy Tjiptono (2014:142), Ratih Hurriyati (2015:62), Kotler dan Keller (2016:37).

3. Kepuasan Konsumen sebagai variabel (Y)

Kepuasan konsumen merupakan respons yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang diinginkannya. Daryanto dan Setyobudi (2014:43), Kotler dan Keller (2016:153) dan Fandy Tjiptono (2016:146).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang pertama (X₁) adalah kualitas produk (*product quality*), variabel bebas yang kedua (X₂) adalah orang (*people*), kemudian variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (*customer satisfaction*). 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. Operasionalisasi variabel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p>Product Quality (X1)</p> <p>Kualitas produk (<i>Product Quality</i>) merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.</p> <p>Kotler (2016:122), American Society dalam buku Kotler dan Keller (2016:156), Kotler dan Armstrong (2015:253).</p>	1. <i>Performance</i> (Kinerja/Rasa)	a. Citra Rasa Produk	Tingkat citra rasa pada produk	Ordinal	1
		b. Kehigienisan	Tingkat kehygienisan pada produk	Ordinal	2
	2. <i>Features</i> (Keistimewaan tambahan)	a. Karakteristik Produk/Ciri Khas	Tingkat karakteristik/ciri khas produk	Ordinal	3
		b. Daya Tarik yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk	Tingkat daya tarik yang berkaitan dengan pilihan-pilihan dari produk		4
	3. <i>Reliability</i> (Keandalan)	a. Rasa tidak cepat berubah	Tingkat keandalan rasa dari produk	Ordinal	5
		b. Konsisten porsi tidak berubah	Tingkat konsistensi bentuk dan ukuran produk	Ordinal	6
	4. <i>Comformance to Specification</i> (Kesesuaian dengan Spesifikasi)	a. Kesesuaian produk melalui komposisi & rasa	Tingkat kesesuaian produk melalui komposisi dan rasa pada produk	Ordinal	7
		b. Kesesuaian produk melalui penyajian sesuai gambar	Tingkat penyajian produk	Ordinal	8
	5. <i>Asthetics</i> (Estetika)	a. Keindahan tampilan produk	Tingkat tampilan produk	Ordinal	9
		b. Keindahan kemasan produk	Tingkat kemasan produk	Ordinal	10
	6. <i>Durability</i> (Daya tahan)	Produk tidak mudah basi	Tingkat ketahanan suatu produk	Ordinal	11
	7. <i>Perceived Quality</i> (Kualitas yang dipersepsikan)	Kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen	Tingkat kualitas produk		12
<p>People (X2)</p> <p>Orang (<i>People</i>) merupakan pelaku yang mempunyai peran penting dalam berlangsungnya proses penyampaian jasa dan dapat mempengaruhi persepsi konsumen untuk membeli dan</p>	1. Sikap	a. Kesopanan karyawan terhadap konsumen	Tingkat kesopanan karyawan terhadap konsumen	Ordinal	13
		b. Keramahan karyawan terhadap konsumen	Tingkat keramahan karyawan terhadap konsumen	Ordinal	14
	2. Perilaku	a. Perilaku karyawan dalam merespon konsumen	Tingkat perilaku karyawan dalam merespon konsumen	Ordinal	15
		b. Kebersihan pakaian yang digunakan	Tingkat kebersihan pakaian yang digunakan	Ordinal	16

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
menggunakan produk atau jasa. Fandy Tjiptono (2014:142), Ratih Hurriyati (2015:62), Kotler dan Keller (2016:37).					
		c. Kerapihan penampilan karyawan	Tingkat kerapihan penampilan karyawan	Ordinal	17
	3. Keahlian	a. Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen	Tingkat kecepatan karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	18
		b. Pengetahuan karyawan untuk menjawab pertanyaan konsumen	Tingkat pengetahuan karyawan untuk menjawab pertanyaan konsumen	Ordinal	19
		c. Inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	Tingkat inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	Ordinal	20
	4. Komunikasi	a. Karyawan menyampaikan informasi produk dengan jelas	Tingkat karyawan menyampaikan informasi produk dengan jelas	Ordinal	21
		b. Karyawan menyampaikan informasi produk dengan bahasa yang baik	Tingkat karyawan menyampaikan informasi produk dengan bahasa yang baik	Ordinal	22
Kepuasan Konsumen (Y) Kepuasan konsumen merupakan respons yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan	1. Kinerja	a. Kepuasan atas keramahan karyawan dalam melayani konsumen	Tingkat kepuasan atas keramahan karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	23
		b. Kepuasan atas kinerja karyawan dalam melayani dengan tepat	Tingkat kepuasan atas kinerja karyawan dalam melayani dengan tepat	Ordinal	24
		c. Kepuasan atas kinerja karyawan dalam melayani dengan cepat	Tingkat kepuasan atas kinerja karyawan dalam melayani dengan cepat	Ordinal	25

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang diinginkannya. Daryanto dan Setyobudi (2014:43), Kotler dan Keller (2016:153) dan Fandy Tjiptono (2016:146).					
		d. Kepuasan dari berbagai pilihan produk	Tingkat kepuasan dari berbagai pilihan produk	Ordinal	26
		e. Kepuasan rasa dari produk 150 Coffee & Garden	Tingkat kepuasan rasa dari produk 150 Coffee & Garden	Ordinal	27
	2. Harapan	a. Kesesuaian atas rasa produk yang diharapkan konsumen	Tingkat kesesuaian atas rasa produk yang diharapkan	Ordinal	28
		b. Kesesuaian atas kualitas produk yang diharapkan konsumen	Tingkat kesesuaian atas kualitas produk yang diharapkan	Ordinal	29
		c. Kemudahan pemesanan sesuai dengan harapan konsumen	Tingkat kemudahan pemesanan sesuai harapan konsumen	Ordinal	30
		d. Kesesuaian fasilitas yang diberikan sesuai harapan konsumen	Tingkat kesesuaian fasilitas yang diberikan sesuai harapan konsumen	Ordinal	31
		e. Kepuasan atas pelayanan yang sesuai harapan konsumen	Tingkat kepuasan atas pelayanan yang diharapkan	Ordinal	32

Sumber : Data Diolah Peneliti

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 data. 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 150 Coffee & Garden. Berikut Jumlah Konsumen pada bulan Juli 2020 – Desember 2020 :

Tabel 3.2
Jumlah Konsumen 150 & Garden Pada Bulan Juli 2020 – Desember 2020

Bulan	Jumlah
Juli	4062
Agustus	7401
September	5237

Oktober	5082
November	4772
Desember	4521
Total	31075
Rata-rata	5.179

Sumber : 150 Coffee & Garden

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 :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e 2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 5.179 dengan tingkat ditolerir 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90% sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{5.179}{1 + 5.179(0,1)^2}$$

$$n = 99 \sim 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian sebanyak 100 (dibulatkan) orang yang akan dijadikan ukuran sampel. Penelitian ini populasinya adalah konsumen 150 Coffee & Garden. Adapun karakteristik identitas responden yaitu sebagai berikut:

Identitas Responden	
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-Laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Usia	<input type="checkbox"/> < 18 Tahun <input type="checkbox"/> 18 – 23 Tahun <input type="checkbox"/> 24 – 29 Tahun <input type="checkbox"/> 30 – 35 Tahun <input type="checkbox"/> > 35 Tahun
Pekerjaan	<input type="checkbox"/> Pelajar <input type="checkbox"/> Mahasiswa <input type="checkbox"/> PNS <input type="checkbox"/> Pegawai Swasta <input type="checkbox"/> Lainnya
Frekuensi Berkunjung ke 150 Coffee & Garden	<input type="checkbox"/> < 3 Kali <input type="checkbox"/> > 3 Kali

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 (2018:137) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2017;223) Teknik pengumpulan data dibagi menjadi dua bagian yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari narasumber asli dan data dikumpulkan. Dari data primer ini dapat dilakukan dengan cara:

- a. wawancara (Interview), yaitu teknik pengumpulan data secara langsung dengan tanya jawab bersama pihak-pihak yang dianggap tepat dalam memberikan informasi terkait data yang dibutuhkan seperti data mengenai kualitas produk dan people terhadap kepuasan konsumen 150 Coffee & Garden
- b. kuisisioner (angket), Dalam hal ini teknik pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti yaitu menggunakan kuisisioner (angket). Menurut Sugiyono (2018:219) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan yang tertulis untuk responden dan kemudian dijawab oleh responden. Pernyataan disiapkan melalui Google Form serta terdapat alternatif jawaban yang perlu dijawab oleh responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti kepada pihak lain. Data ini biasanya semacam bukti, catatan, ataupun laporan historis yang telah di arsip apakah dapat dipublikasikan atau tidak dapat dipublikasikan. Data sekunder diperoleh dari :

- a. Sejarah dan profil 150 Coffee & Garden
- b. Buku yang berkaitan dengan variabel penelitian
- c. Internet untuk mencari data yang berhubungan dengan objek yang diteliti

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:200) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. *Valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Untuk mencari validitas, harus mengkorelasikan skor dari setiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan. Jika memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 maka dinyatakan *valid* tetapi jika koefisiennya korelasinya dibawah 0,3 maka dinyatakan tidak *valid*. Dalam mencari nilai korelasi, maka penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y)^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

- $\sum X$ = Jumlah skor item *instrument*
 $\sum Y$ = Jumlah total skor jawaban
 $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban
 $\sum XY$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Angka yang diperoleh harus dibandingkan dengan standar nilai korelasi validitas, menurut Sugiyono (2017:125) nilai standar dari validitas adalah sebesar 0,3. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar daripada nilai standar maka pertanyaan tersebut valid (signifikan).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Untuk uji reliabilitas digunakan metode *split half*, hasilnya bisa dilihat dari nilai *Correlation Between Forms*. Hasil penelitian reliabel terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. *Instrument* yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Metode yang digunakan adalah *Split Half*, dimana instrument dibagi menjadi dua kelompok.

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

Keterangan:

- r_{AB} = Korelasi *Pearson Product Moment*
 $\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil
 $\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap
 $\sum A^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan ganjil
 $\sum B^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan genap
 $\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan genap

Apabila korelasi 0,7 atau lebih maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup tinggi, namun sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel. Kemudian koefisien korelasinya dimasukan kedalam rumus *Spearman Brown* yaitu:

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

Keterangan:

R = Koefisien korelasi

r_b = Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah di dapat nilai reliabilitas (r_{hitung}) maka nilai tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

Bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$: *Instrument* tersebut dikatakan reliabel.

Bila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$: *Instrument* tersebut dikatakan tidak 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. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah (Sugiyono, 2017:147). Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang

dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y).

Proses analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan sebelumnya.
2. Mengambil jawaban kuesioner dari responden.
3. Mengelompokkan data berdasarkan responden.
4. Data yang berasal dari kuesioner yang telah di isi responden, kemudian ditabulasikan dalam bentuk data kuantitatif.
5. Jawaban dalam setiap responden disajikan dalam bentuk tabel distribusi.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini juga menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden penelitian dan variabel yang ada dalam penelitian ini.

Analisis deskriptif yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2017:53). Metode yang digunakan adalah sebagai berikut: hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pernyataan-pernyataan (kuesioner/angket). Dimana *Product Quality* (X_1) dan *People* (X_2) dan kepuasan konsumen (Y), 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). Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori. Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif. Untuk mengetahui lebih jelas, maka penulis akan menyajikan skala *likert* pada tabel 3.3 berikut ini :

Tabel 3.3
Skala Likert

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

Sumber : Sugiyono (2017:94)

Setiap pernyataan-pernyataan 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 pernyataan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya peneliti membuat garis kontinum.

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

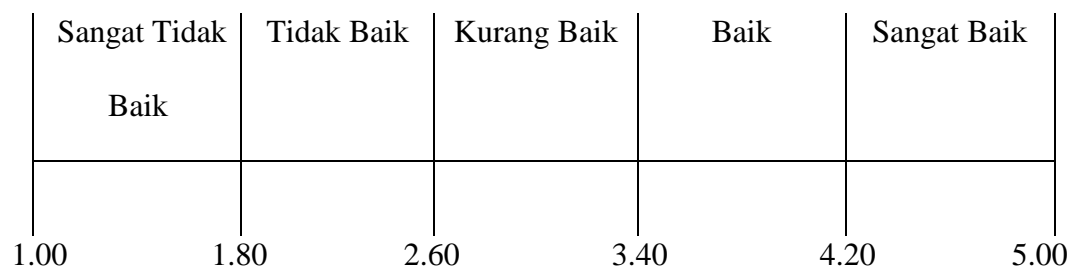
Setelah nilai rata-rata diketahui, maka hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kategori Skala

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

Sumber : Sugiyono (2017:97)

- a. Indeks Minimum : 1
- b. Indeks Maksimum : 5
- c. Interval : $5-1 = 4$
- d. Jarak Interval : $(5-1) : 5 = 0,8$



Gambar 3.2 Garis Kontinum

3.6.2 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 *Product Quality* (X1) dan *People* (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang akan digunakan seperti Method of Successive

Interval (MSI), Analisis Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi.

3.6.2.1 *Method of Successive Interval (MSI)*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang didapat masih dalam bentuk skala ordinal. Peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya.

Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode analisis linier berganda untuk data yang berskala ordinal harus dirubah menjadi data dalam bentuk skala interval. Perubahan data dari skala ordinal menjadi skala interval dengan menggunakan teknik *Method of Successive Interval (MSI)*. Langkah-lagkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan 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 kita tetukan nilai Z.
6. Menentukan nilai Skala (*scale value/SV*)

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at Upper limit}}{\text{Area Under Upper limit} - \text{Area Under Lower limit}}$$

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

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 [SVmin]$$

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

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Product Quality (X1) dan People (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

Y	= Kepuasan Konsumen (<i>Variabel Dependent</i>)
a	= Bilangan Konstanta
$b_1 b_2$	= Koefesien Regresi
$X_1 X_2$	= <i>Product Quality & People</i>
e	= <i>Standar error</i> / variabel pengganggu

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel (X1) Product Quality dan (X2) People terhadap (Y) Kepuasan Konsumen dengan rumus yaitu :

$$R^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\sum Y^2}$$

Dimana :

R² = Koefesien korelasi berganda

JK(reg) = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY² = Jumlah kuadrat total korelasi

Apabila r = 1, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2, X3 dan variabel Y, semua positif sempurna

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

Apabila r = 0, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut

Tabel 3.5
Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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 (2017:184)

3.6.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah kesimpulan sementara yang diyakini kebenarannya oleh peneliti terhadap masalah penelitian yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat

bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel X1 (Product Quality), X2 (People) dan Y (Kepuasan Konsumen)

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian 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 Product Quality dan People terhadap Kepuasan Konsumen

$H_1 = \beta_1 \beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh Product Quality dan People 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:

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

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

Maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut : Tolak H₀ jika F_{hitung} > F_{tabel} – H₁ diterima (signifikan) Terima H₀ jika F_{hitung} < F_{tabel} – H₁ ditolak (tidak signifikan)

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

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

1. H₀ : $\beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh Product Quality terhadap Kepuasan Konsumen.
2. H₁ : $\beta_1 \neq 0$, terdapat pengaruh Product Quality terhadap Kepuasan Konsumen.
3. H₀ : $\beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh People terhadap Kepuasan Konsumen.
4. H₁ : $\beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh People terhadap Kepuasan Konsumen.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan signifikansi 0,05 atau 5% dengan tingkat keyakinan 95% dengan rumus yang akan dijelaskan pada halaman selanjutnya.

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X₁ dan X₂). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai R² menunjukkan bahwa varian untuk variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) dan

sebaliknya. Jadi nilai R^2 memberikan presentasi varian yang dapat dijelaskan dari model regresi.

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel (X1) Product Quality dan (X2) People terhadap variabel (Y) yaitu Kepuasan Konsumen atau perhitungan koefisien determinasi secara simultan yang dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

$R^2 = 100\%$

Menunjukkan bahwa berarti variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen, demikian pula sebaliknya jika $R^2 = 0$ berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen terhadap variabel dependen, dimana variabel bebas lainnya dianggap konstan/tetap. Untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis koefisien determinasi secara parsial yang dapat diketahui sebagai berikut :

$$\mathbf{Kd = Beta \times zero \ order \ x \ 100\%}$$

Keterangan:

Kd : Koefisien determinasi

Beta : Standar koefisien Beta (nilai b_1, b_2, b_3)

Zero Order : Korelasi variabel independen dengan variabel dependen

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Rancangan kuesioner ini menggunakan skala *likert* (Sugiyono, 2017:93). Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan konsumen. Dalam skala *likert* variabel yang diukur dijabarkan menjadi sub variabel. Kemudian sub variabel dijadikan indikator, dan indikator-indikator ini kemudian dijadikan instrumen penyusun pertanyaan atau pernyataan yang akan diisi oleh responden. Rancangan kuesioner yang dibuat peneliti adalah kuesioner yang bersifat pernyataan ayang diberikan, dimana jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh penelian.

3.8 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam penelitian ini adalah di 150 Coffe & Garden” yang berlokasi di Jl. Sulaksana No.50 Cicaheum Kec. Kiaracandong Kota Bandung Jawab Barat yang dilaksanakan pada tanggal 15 Januari 2021.