

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Peneliti mengumpulkan data yang berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti untuk menjawab rumusan masalah dan untuk membuktikan apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2014:35) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri/*independent*) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan satu sama lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode ini ditunjukkan untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah yang pertama yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan di Lega Paket Bandung. Kedua, bagaimana tanggapan konsumen mengenai tingkat harga di Lega Paket Bandung. Ketiga, bagaimana tingkat kepuasan konsumen di Lega Paket Bandung. Hasil dari observasi menggunakan analisis deskriptif tersebut, selanjutnya akan disusun secara sistematis dan dianalisis untuk diambil suatu kesimpulan.

Selain menggunakan metode penelitian yang bersifat deskriptif, penelitian ini juga menggunakan metode penelitian yang bersifat verifikatif. Menurut Sugiyono (2014:35) menyatakan bahwa penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba

menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis, yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verifikatif digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah yang ke empat yaitu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat harga terhadap kepuasan pelanggan Lega Paket Bandung secara simultan dan parsial. Metode verifikatif akan memberikan suatu kesimpulan mengenai besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Selain itu metode verifikatif juga digunakan didalam penelitian ini untuk menguji teori dan penelitian ini akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah yakni suatu hipotesis yang berupa kesimpulan sementara.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah kualitas pelayanan (X1) dan tingkat harga (X2) sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependept variable*) adalah kepuasan konsumen (Y). Menurut Sugiyono (2014:38) mengemukakan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini ada 2 (dua) variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Untuk mengetahui lebih lanjut penjelasan mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian akan dijelaskan sebagai berikut.

Sedangkan operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah.

Teori ini digunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan bisa mempengaruhi variabel terikat.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono, 2014:60 adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian yang ditelitinya pada suatu perusahaan yang akan ditelitinya, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel bebas (independen) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif dengan simbol X, sedangkan variabel terikat (dependen) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dengan simbol Y.

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Lega Paket Kota Bandung”, maka terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen (X_1 dan X_2) serta satu variabel dependen (Y) dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen (X_1)

Kotler dan Keller (2016:442) mendefinisikan bahwa pelayanan dapat diartikan sebagai seluruh aktivitas yang berusaha mengkombinasikan nilai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempercepat kerja sama dengan konsumen. Secara singkat, istilah pelayanan merupakan suatu kerjasama yang dilakukan penyedia jasa dengan

konsumen.

2. Tingkat Harga sebagai variabel independen (X_2)

Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa. Berikut beberapa pengertian harga menurut para ahli. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:209), Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat –manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

3. Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen (Y)

Kepuasan Menurut Fandy Tjiptono (2015:146), adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira apabila kebutuhan konsumen tersebut dapat terpenuhi..

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan pengertian dari ketiga variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini, peneliti akan menetapkan sub variabel yang kemudian dikembangkan menjadi suatu indikator. Selanjutnya indikator-indikator tersebut akan dikembangkan lagi menjadi suatu item pernyataan atau pertanyaan yang akan

digunakan didalam pembuatan kuesioner atau pra survey. Untuk mengetahui lebih jelas tentang operasional variabel penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p>Kualitas Pelayanan (X₁)</p> <p>Kualitas pelayanan diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.</p> <p>Kotler dan Keller (2016:442)</p>	Berwujud	Lahan parkir yang sudah memadai di Lega Paket	Tingkat keluasan lahan parkir	Ordinal	1
		Keluasan gedung yang ada sudah memadai di Lega Paket	Tingkat keluasan gedung	Ordinal	2
		Peralatan dalam melayani konsumen sudah memadai	Tingkat ketersediaan peralatan	Ordinal	3
	Empati	Kebersihan ruangan yang diberikan sudah cukup	Tingkat kebersihan	Ordinal	4
		Perhatian karyawan yang diberikan terhadap konsumen sangat baik	Tingkat perhatian karyawan	Ordinal	5
		Keramahan karyawan yang diberikan sangat baik	Tingkat keramahan karyawan	Ordinal	6
	Keandalan	Karyawan yang datang tepat waktu	Tingkat yang datang tepat waktu	Ordinal	7

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		dalam bekerja			
		Keandalan karyawan dalam bekerja sangat memuaskan	Tingkat kehandalan karyawan dalam bekerja	Ordinal	8
		Daya Tanggap Karyawan Yang Baik Terhadap Konsumen Yang Datang	Tingkat daya tanggap karyawan	Ordinal	9
	Daya Tanggap	Kecepatan karyawanan dalam memberikan informasi	Tingkat kecepatan karyawan dalam memberikan informasi	Ordinal	10
		Karyawan menyambut terhadap konsumen yang datang	Tingkat karyawan menyambut terhadap konsumen yang datang	Ordinal	11
		Keamanan kendaraan ditempat parkir	Tingkat keamanan kendaraan di tempat parkir	Ordinal	12
	Jaminan	Ketepatan waktu barang yang diterima sudah sesuai	Tingkat ketepatan waktu barang yang diterima	Ordinal	13

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Ganti rugi apabila terdapat kerusakan kehilangan dan telat pengiriman barang	Tingkat ganti rugi apabila terdapat kerusakan,kehilangan dan telat pengiriman barang	Ordinal	14
		Jaminan keamanan barang selama perjalanan terjamin	Tingkat jaminan keamanan barang selama perjalan	Ordinal	15
Harga (X₂) Jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau layanan secara lebih luas,harga adalah jumlah dari semua nilai-nilai yang pelanggan serahkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa Kotler dan Amstrong (2016:209)	Keterjangkauan harga	Terjangkaunya harga yang diberikan kepada konsumen	Tingkat keterjangkauan	Ordinal	16
		Harga kemasan barang yang ditawarkan bervariasi dan terjangkau	Tingkat harga yang bervariasi	Ordinal	17
	Kesesuaian harga dengan kualitas	Harga pengiriman barang yang diberikan sesuai dengan kualitas yang diberikan	Tingkat kesesuaian dengan kualitasnya	Ordinal	18
		Harga produk yang diberikan sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitasnya	Ordinal	19

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang diberikan	Tingkat manfaat yang diterima	Ordinal	20
		Harga produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan manfaat yang diberikan	Tingkat harga produk sudah sesuai dengan manfaat yang diterima	Ordinal	21
	Daya saing harga	Harga yang diberikan sudah layak bersaing dengan jasa kurir yang lainnya	Tingkat daya saing dengan lainnya	Ordinal	22
		Harga produk dengan logo Lega Paket dapat bersaing dengan harga pesaing	Tingkat daya saing produk dengan lainnya	Ordinal	23
Kepuasan Konsumen Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan	Kinerja	Kualitas pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas	Ordinal	24
		Pelayanan yang diberikan sangat cepat	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap harga	Ordinal	25

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
harapan-harapannya. Fandy Tjiptono (2015:146)	Harapan	Karyawan membantu konsumen yang kebingungan dalam proses pengiriman barang	Tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan	Ordinal	26
		Harga yang diberikan sudah terjangkau dan memenuhi harapan	Tingkat harapan pelanggan terhadap harga yang diberikan	Ordinal	27

Sumber : Pengolahan Data Peneliti, 2019

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi peneliti dapat melakukan pengolahan data. Kemudian untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik atau yang disebut dengan sampel. Dengan adanya sampel maka peneliti tidak perlu melakukan penelitian secara keseluruhan terhadap pengunjung tetapi cukup menggunakan sebagian dari jumlah pengunjung yang akan diteliti. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan yang dilakukan untuk populasi.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian, yang di dalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui. Sugiyono

(2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian karena populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian.

Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah jumlah pengunjung yang mendatangi Lega Paket Bandung selama satu tahun terakhir. Selama penelitian tersebut, jumlah konsumen yang ada di Lega Paket Bandung dapat dilihat dalam Tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2
Jumlah Pengunjung Lega Paket Bandung Periode 1 tahun dari bulan Januari – Desember 2018

Bulan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
Jumlah Pengunjung	92	115	123	140	160	80	155	145	150	152	124	98
Total	1534											
Rata-Rata	128											

Sumber : Lega Paket Bandung

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat dilihat bahwa total pengunjung yang datang ke Lega Paket Bandung selama periode 1 tahun dari bulan Januari sampai Desember 2018 yaitu 1534 orang. Maka dapat diperoleh jumlah rata-rata pengunjung perbulannya yaitu 128. Sehingga jumlah populasi yang akan diteliti yaitu sebanyak 128 orang.

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti yang hasilnya mewakili keseluruhan masalah yang diamati. Sugiyono (2017:81) menyatakan

bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus *Slovin*, sebagai alat untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 100 responden. Rata-rata pengunjung yang datang ke Lega Paket Bandung sebanyak 1534 pengunjung selama periode 1 tahun, yang di dapatkan dari data yang diberikan dan survey yang dilakukan. Untuk lebih jelas berikut rumus Slovin, ukuran sampel dapat di hitung sebagai berikut :

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

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Populasi

E : Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam *sampling* ini adalah sebesar 5%)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{128}{1 + (128)(0,05)^2} = 96,96 = 97$$

Jadi di ketahui perhitungan untuk sampel dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebanyak 97 responden. Kuesioner disebarkan kepada responden sampel penelitian kepada konsumen yang telah melakukan pembayaran di Lega Paket Bandung.

Menurut Sugiyono (2017:81) mengemukakan teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik *non probability sampling* penelitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling*, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data yang diperlukan oleh peneliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena memiliki tujuan memperoleh data yang dibutuhkan (Sugiyono 2016:137). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan survei dan melakukan pengumpulan data sebanyak mungkin, dengan menggunakan beberapa metode, 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, terdiri dari :

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 Lega Paket di Jalan. Ambon No.3 Bandung. 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 pengunjung Lega Paket Bandung. 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 pelayanan, tingkat harga dan kepuasan konsumen pada Lega Paket Bandung.

2. Studi Kepustakaan (*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 iterature*, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti oleh peneliti tersebut.

a. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian dianggap relevan dengan topik pendidikan.

b. Internet

Dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

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

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaiannya antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Sugiyono (2014:384) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Uji validitas ini dilakukan untuk

mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrument yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya.

Untuk mencari nilai validitas dari semua item yang akan diteliti, peneliti akan mengkorelasikan antara skor item dengan item-item variabel. Apabila korelasi yang dihasilkan sama atau diatas 0,3 maka item yang diteliti dinyatakan valid, tetapi apabila nilai korelasinya dibawah 0,3 maka dinyatakan tidak valid. Dalam mencari nilai korelasi maka peneliti akan melakukan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien r product moment

r = Koefisien Validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor total instrument

n = Jumlah responden dalam uji instrument

$\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel C dan Variabel Y

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

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

1. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel Kualitas Pelayanan(X1) diukur dengan 15 item pernyataan.

Berikut adalah hasil uji validitas untuk Variabel Kualitas produk (X1) :

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No Pernyataan	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
1	0.499	0.3	Valid
2	0.337	0.3	Valid
3	0.394	0.3	Valid
4	0.342	0.3	Valid
5	0.364	0.3	Valid
6	0.465	0.3	Valid
7	0.305	0.3	Valid
8	0.375	0.3	Valid
9	0.304	0.3	Valid
10	0.560	0.3	Valid
11	0.333	0.3	Valid
12	0.311	0.3	Valid
13	0.383	0.3	Valid
14	0.432	0.3	Valid
15	0.419	0.3	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 2019

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, hasil uji validitas menunjukkan keseluruhan item pada variabel Kualitas Produk (X1) dapat dikatakan valid karena total skor positif yaitu 0,300 ke arah $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, artinya pernyataan yang hendak digunakan untuk mengukur variabel tersebut sudah dengan tepat digunakan.

2. Uji Validitas Variabel Harga

Variabel Tingkat Harga (X2) diukur dengan 8 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validitas untuk Variabel Tingkat Harga (X2).

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Harga

No Pernyataan	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
1	0.403	0.3	Valid
2	0.357	0.3	Valid
3	0.466	0.3	Valid
4	0.360	0.3	Valid
5	0.465	0.3	Valid
6	0.329	0.3	Valid
7	0.344	0.3	Valid
8	0.559	0.3	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 2019

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, hasil uji validitas menunjukkan keseluruhan item pada variabel Tingkat Harga (X2) dapat dikatakan valid karena total skor positif yaitu 0,300 ke arah $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, artinya pernyataan yang hendak digunakan untuk mengukur variabel tersebut sudah dengan tepat digunakan.

3. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel Kepuasan konsumen (Y) diukur dengan 4 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validitas untuk Variabel Kepuasan konsumen (Y).

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

No Pernyataan	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
1	0.594	0.3	Valid
2	0.460	0.3	Valid
3	0.615	0.3	Valid
4	0.389	0.3	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 2019

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, hasil uji validitas menunjukkan keseluruhan item pada variabel Kepuasan konsumen (Y) dapat dikatakan valid karena total skor

positif yaitu 0,300 ke arah $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, artinya pernyataan yang hendak digunakan untuk mengukur variabel tersebut sudah dengan tepat digunakan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2015:130) menyatakan uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dengan kata lain uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji coba instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien *reliabilitas* bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,7 Sugiyono, (2015:121).

Tabel. 3.6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Tingkat Harga (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel Penelitian	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.711	0.7	Reliabel
Tingkat Harga	0.714	0.7	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.740	0.7	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini yaitu variabel Kualitas produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y) dapat dikatakan reliabel. Hal ini dikarenakan seluruh variabel memiliki nilai koefisien (R Hitung) yang melebihi nilai R Kritis.

3.5.3 *Method of Successive Interval (MSI)*

Method of successive interval merupakan metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Data yang peneliti peroleh dari hasil penyebaran kuesioner masih merupakan data ordinal yang masih harus ditransformasikan menjadi data interval untuk memenuhi syarat statistika parametrik dengan analisis regresi dan analisis korelasi untuk menganalisis dan mengkaji rumusan masalah penelitian. Maka dari itu peneliti menggunakan *method of successive interval* (MSI) untuk transformasi data ordinal menjadi data interval. Berikut ini peneliti sajikan langkah-langkah menganalisis data dengan *method of successive interval* (MSI) :

1. Perhatikan nilai jawaban responden dari setiap pernyataan dalam kuesioner
2. Untuk setiap pernyataan tersebut, lakukan perhitungan ada berapa responden yang menjawab pernyataan dengan skor 1, 2, 3, 4, dan 5 disebut dengan frekuensi
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya jumlah responden dan hasilnya disebut dengan proporsi
4. Kemudian hitung proporsi kumulatifnya
5. Dengan menggunakan tabel normal, dihitung nilai distribusi normal (Z) untuk setiap frekuensi kumulatif yang diperoleh
6. Tentukan densitas normal yang sesuai dengan nilai Z
7. Menghitung *Scale Value* (SV) dengan rumus :

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

Keterangan :

- SV (Scale Value)* : Rata-rata interval
- Density at lower limit* : Kepaduan batas bawah
- Density at upper limit* : Kepaduan batas atas
- Area under upper limit* : Daerah dibawah batas atas
- Area under lower limit* : Daerah dibawah batas bawah

8. Melakukan tranformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai skala interval dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = S_v + [SV \text{ min}]$$

Catatan, nilai S_v terkecil atau nilai negatif terbesar diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Pengelolaan dan analisis informasi serta data dalam penelitian ini dikumpulkan dan diolah secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sifat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. 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. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1, X_2) terhadap variabel dependen (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta

yang ada secara faktual dan sistematis. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, tingkat harga dan kepuasan konsumen pada Lega Paket Bandung. Dimana setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda beda.

Setiap pilihan jawaban akan diberi 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 menurut Sugiyono adalah sebagai berikut :

Tabel 3.7
Skala Likert

Jawaban pertanyaan	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 (2017:94)

Setiap pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel independen dan variabel dependen) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan 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.

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

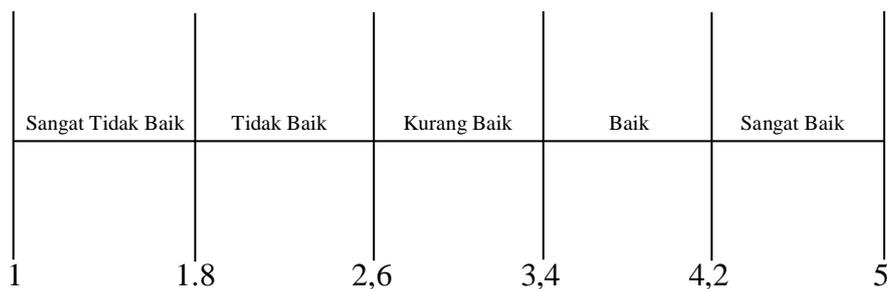
Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut :

Table 3.8
Kategori Skala

No	Kategori	Skala
1	Sangat Tidak Setuju	1,00-1,80
2	Tidak Setuju	1,81-2,60
3	Kurang Setuju	2,61-3,40
4	Setuju	3,41-4,20
5	Sangat Setuju	4,21-5,00

Sumber : Sugiyono (2017:97)

- a. Indeks minimum : 1
- b. Indeks maksimum : 5
- c. Interval : $5 - 1 = 4$
- d. Jarak interval : $\frac{5-1}{5} = 0.8$



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2017:55) analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji suatu kebenaran pada sebuah hipotesis. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Tingkat Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan sebagai berikut.

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), Tingkat Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sugiyono (2014:210) menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel independen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Sugiyono (2014:275), sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

a = Bilangan konstanta

$\beta_1\beta_2$ = Koefisien regresi kualitas pelayanan dan tingkat harga

X_1 = Variabel bebas (kualitas pelayanan)

X_2 = Variabel bebas (tingkat harga)

e = Error atau faktor gangguan lain

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X_1 (kualitas pelayanan), X_2 (tingkat harga) secara simultan dengan variabel Y (kepuasan konsumen), dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

r^2 = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat total regresi

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 hubungan antara variabel dikatakan negatif

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

Angka korelasi berkisar antara -1 sd +1, semakin mendekati 1 maka korelasi semakin mendekati sempurna, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.9
Tafsiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017 : 184)

3.6.2.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), Tingkat Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Untuk melihat besarnya pengaruh Kualita Pelayanan (X_1), Tingkat Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), bisanya akan dinyatakan dalam bentuk persen (%). Berikut ini adalah rumus koefisien determinasi yaitu:

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

Dimana :

Kd = Koefisien Determinasi (seberapa besar pengaruh variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel X)

r^2 = Besarnya koefisien korelasi Ganda

Kriteria-kriteria untuk analisis Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika KD mendekati (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan lemah.
- b. Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan kuat.

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara 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 X_1 (Kualitas Pelayanan), X_2 (Tingkat Harga), dan Y (Kepuasan Konsumen), dengan menggunakan uji simultan atau keseluruhan sebagai berikut.

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian yang menjadi variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan tingkat harga sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan konsumen dengan objek penelitiannya yaitu Lega Paket Bandung. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. $H_0: \beta_1\beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat harga terhadap keputusan pembelian pada Lega Paket Kota Bandung
- b. $H_a: \beta_1\beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat harga terhadap kepuasan konsumen pada Lega Paket Kota Bandung

Untuk mengetahui tingkat signifikannya secara simultan, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji F, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F table (n-k-1) = derajat kebebasan.

Dari perhitungan tersebut dapat diketahui distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji hipotesis parsial dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya taupun tidak. Untuk uji hipotesis parsial, pengujian ini akan dilakukan melalui uji t, untuk menghitung tingkat signifikannya menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Dalam pengujian yang dilakukan pada penelitian ini, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5%. Dengan rancangan hipotesis untuk uji t adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
 - a. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
 - b. $H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
2. Pengaruh tingkat harga terhadap kepuasan konsumen
 - a. $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat tingkat harga pelayanan terhadap kepuasan konsumen
 - b. $H_a : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh tingkat harga terhadap kepuasan konsumen

Apabila pengujian telah dilakukan, maka hasil dari pengujian ini akan dibandingkan dengan tabel, dengan ketentuannya sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrument untuk pengumpulan data atau informasi yang telah dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi beberapa pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, tingkat harga, dan kepuasan konsumen sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel. Namun di Bab 1 mengenai penelitian pendahuluan dalam penelitian ini masih menggunakan bauran pemasaran. Kuesioner ini bersifat tertutup, pernyataan membawa responden ke jawaban alternative yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang menjadi objek penelitian yaitu Lega Paket Bandung yang berada di Jalan. Ambon No . 3 Bandung. Adapun waktu untuk menyelesaikan penelitian ini terhitung mulai dari tanggal 20 Juli 2019 sampai dengan 13 April 2020.