

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan**

Metode penelitian merupakan suatu langkah peneliti dalam mengumpulkan serta memperoleh informasi maupun data yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:2) mengungkapkan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:8). Pada penelitian ini metode yang digunakan merupakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan analisis kuantitatif.

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan variabel-variabel atau masalah yang akan diteliti. Penelitian yang akan digunakan adalah pendekatan penelitian deskriptif dan analisis verifikatif karena metode tersebut dirasa sesuai dan dapat mendukung dengan permasalahan. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain yang diteliti dan 100 dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan (Sugiyono, 2017:147).

Dalam penelitian ini pendekatan penelitian deskriptif digunakan untuk menjawab perumusan masalah pada nomor satu hingga nomor tiga yaitu untuk mengetahui bagaimana kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Metode verifikatif adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2017:8). Dalam penelitian ini metode verifikatif digunakan untuk menjawab perumusan masalah pada nomor empat, lima, dan enam, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) secara parsial maupun simultan, pengaruh kepuasan pelanggan ( $Y$ ) terhadap harga ( $X_2$ ), serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

### **3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel**

Sesuai dengan judul penelitian, bahwa permasalahan mengenai variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan, maka pada bagian ini akan menjelaskan mengenai definisi dan ukuran yang digunakan untuk setiap variabel baik variabel independen, intervening, dan dependen. Dalam penelitian ini aspek yang diteliti ini meliputi kualitas produk ( $X_1$ ), dan harga ( $X_2$ ) kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Masing-masing variabel tersebut kemudian didefinisikan dan dibuat operasionalisasi variabel berdasarkan dimensi, indikator, ukuran dan skala penelitian

#### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2017:38). Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen, variabel intervening dan variabel dependen. Variabel-variabel tersebut adalah Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Adapun dari masing-masing variabel didefinisikan sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (Independen) (X)

Variabel independen biasa dikenal atau disebut dengan variabel bebas, variabel tersebut biasa disimbolkan dengan simbol X. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2017:39). Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X<sub>1</sub>) harga (X<sub>2</sub>)

- 1) Menurut David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono (2016:134) kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:

(1) *Performance* (kinerja)

(2) *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan)

(3) *Reliability* (reliabilitas)

(4) *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)

(5) *Durability* (daya tahan)

(6) *Serviceability*

(7) *Esthetics* (Estetika)

(8) *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan)

2) Harga Menurut Kotler dan Amstrong dalam Riyono dan Budiharjo (2016), terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu :

- (1) Keterjangkauan harga.
- (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- (3) Daya saing harga.
- (4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

2. Variabel Dependen (terikat) (Y)

Variabel dependen sering juga disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017:59). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Menurut Tjiptono (2016:209) menyebutkan bahwa indikator Kepuasan Pelanggan:

- 1) Kepuasan pelanggan menyeluruh
- 2) Konfirmasi harapan
- 3) Minat pembelian ulang
- 4) Ketersediaan untuk merekomendasi
- 5) Loyalitas pelanggan

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Operasionalisasi variabel diperlukan peneliti ini untuk mempermudah dalam memahami skala pengukuran dan menentukan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, yaitu variabel kualitas produk ( $X_1$ ), variabel harga ( $X_2$ ), variabel

kepuasan pelanggan (Y). Berikut tabel mengenai operasionalisasi variabel:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No.
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ) Kualitas yang dirasakan <i>perceived quality</i> Fandy Tjiptono 2016:134	<i>Performance</i>	Pengolahan makanan	Tingkat kebersihan dalam pengolahan	Ordinal	1
		Penyajian makanan	Tingkat penyajian yang menarik	Ordinal	2
	<i>Features</i>	Ciri khas makanan	Tingkat citra rasa yang berbeda dari sop lainnya	Ordinal	3
		Keistimewaan	Tingkat keistimewaan yang hakiki daripada sop lain	Ordinal	4
	<i>Reability</i>	Kematangan makanan	Tingkat kematangan makanan	Ordinal	5
		Tekstur makanan	Tingkat tekstur makanan baik	Ordinal	6
	<i>Specifications</i>	Kesesuaian produk	Tingkat kesesuaian produk sama yang diinginkan konsumen	Ordinal	7
		Citra rasa produk yang bervariasi	Tingkat citra rasa produk sesuai dengan keinginan konsumen	Ordinal	8
	<i>Durability</i>	Tekstur produk	Tingkat daya tahan produk tahan 3hari jika dimasuk ke dalam freezer	Ordinal	9
		Aroma produk	Tingkat kelezatan makanan jika di hangatkan kembali	Ordinal	10
	<i>Serviceability</i>	Kenyamanan tempat	Tingkat keamanan tempat sangat baik	Ordinal	11
		Akses tempat	Tingkat akses tempat mudah di jangkau	Ordinal	12
	<i>Esthetics</i>	Keunggulan	Rasa yang berbeda dari sop lainnya	Ordinal	13
		Bahan baku	Sop mas pendi menggunakan bahan rempah-rempah	Ordinal	14
	<i>Perceived Quality</i>	Citra rasa produk	Tingkat citra rasa produk sangat baik bagi pelanggan	Ordinal	15
		Reputasi	Tingkat reputasi mas pendi sangat baik dimata pelanggan	Ordinal	16

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No.	
Harga (X <sub>2</sub> )  Menurut Kotler dan Armstrong (2016:78)	Keterjangkuan Harga	Harga sop kaki kambing dan sapi mas pendu terjangkau	Tingkat keterjangkuan harga cocok bagi semua kalangan	Ordinal	17	
		Mendapatkan potongan harga jika membeli banyak	Tingkat pembelian dalam jumlah yang besar	Ordinal	18	
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Kesesuaian harga dengan produk	Tingkat kesesuaian harga sesuai dengan kualitas produk	Ordinal	19	
		Porsi produk sesuai dengan harga	Bentuk produk sesuai dengan keinginan pelanggan	Ordinal	20	
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Mutu produk sesuai dengan harga yang ditawarkan	Tingkat harga yang diberikan sesuai manfaat kenikmatan	Ordinal	21	
		Konsumen harus selalu instan mendapatkan manfaat produk yang dibelinya	Konsumen dengan mudah mendapatkan produk	Ordinal	22	
	Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga	Kesesuaian harga lebih terjangkau dari para kompetitornya	Tingkat harga lebih terjangkau dari para kompetitornya	Ordinal	23	
		Kesesuaian harga dapat bersaing	Tingkat harga tidak terlalu berbeda jauh dengan pesaing	Ordinal	24	
	Kepuasan Pelanggan (Y)  Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016:209)	Kepuasan pelanggan menyeluruh	Kesesuaian citra rasa produk dengan yang diinginkan	Tingkat kesesuaian citra rasa produk dengan yang diinginkan	Ordinal	25
			Kesesuaian harga dengan varian produk	Tingkat kesesuaian varian produk yang diinginkan	Ordinal	26
Konfirmasi harapan		Kesesuaian harapan terhadap harga	Tingkat kesesuaian harapan terhadap harga yang diinginkan	Ordinal	27	
		Kesesuaian harapan terhadap kualitas produk	Tingkat kesesuaian harapan terhadap kualitas produk	Ordinal	28	
Minat pembelian		Konsumen akan melakukan pembelian ulang	Tingkat kepuasan konsumen yang tidak merasa bosan dan	Ordinal	29	

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No.
	ulang	diwaktu mendatang	membeli ulang produk		
		Pelanggan membeli kembali apabila produk sesuai dengan apa yang diinginkan	Tingkat pembelian ulang produk yang konsisten dengan sebelumnya	Ordinal	30
	Ketersediaan untuk merekomendasi	Ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada pihak lain	Tingkat ketersediaan konsumen bersedia merekomendasikan produk kepada saudara dan orang terdekat	Ordinal	31
		Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan	Tingkat ketersediaan konsumen untuk mereferensikan secara total eksistensi perusahaan	Ordinal	32
	Loyalitas pelanggan	Menjadi pilihan utama bagi pelanggan	Tingkat pilihan utama bagi pelanggan untuk produk sop mas pendi	Ordinal	33
		Tidak terpengaruh dengan produk lain	Tingkat loyalitas pelanggan untuk membeli produk sop mas pendi	Ordinal	34

Sumber : Data diolah oleh peneliti

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel diperlukan dalam penelitian, karena tentunya suatu penelitian memerlukan subjek atau objek penelitian agar data-data yang diperlukan dapat diperoleh dengan baik dan permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Penelitian dilakukan pada sebuah objek penelitian, tetapi dalam objek tersebut ada yang dinamakan populasi, sebagai jumlah keseluruhan dan sampel yang digunakan untuk penelitian.

### 3.3.1 Populasi

Sebuah penelitian penting untuk menentukan objek yang akan diambil agar pengukuran terhadap variabel-variabel dalam penelitian dapat memberikan hasil. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2017:80).

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Pengunjung Sop Kaki Kambing dan Sapi Mas Pendi Tahun 2021**

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Maret	421
2	April	329
3	Mei	296
4	Juni	190
Total/Rata-rata		1.236/309

Sumber: Data Pengunjung Sop Kaki Kambing dan Sapi Mas Pendi Tahun 2021

Jumlah pengunjung Sop Kaki Kambing dan Sapi Mas Pendi 999 masa pandemi bulan maret 2021 sampai juni 2021 sebanyak 1.236 orang, dengan rata-rata konsumen yang berkunjung ke Sop Kaki Kambing dan Sapi Mas Pendi 999 selama empat bulan sebanyak 309 orang. Dalam penelitian ini, total populasi dirata-ratakan karena jumlah pengunjung tersebut merupakan pengunjung yang sering berkunjung (pelanggan) dan ataupun pernah melakukan pembelian dan berkunjung(konsumen). Oleh karena itu, dalam penelitian ini populasi dirata-ratakan untuk menyesuaikan pada judul penelitian yaitu pengaruh kualitas produk, harga terhadap kepuasan pelanggan di masa pandemi covid-19 (Studi pada Sop Kaki Kambing dan Sapi Mas Pendi 999 Khas Jakarta). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 309 orang.

### 3.3.2 Sampel

Sampel yang digunakan merupakan sampel dari bagian populasi yang diambil sedemikian rupa sehingga dianggap dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2017:120). Pengukuran sampel digunakan sebagai langkah untuk menentukan besarnya sampel dalam suatu objek dalam melaksanakan penelitian.

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

Keterangan :

$n$  : Ukuran Sampel

$N$  : Populasi

$e$  : Tingkat kelonggaran ketidaksesuaian pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan

Jumlah populasi  $N$  sebanyak 1.236 orang dengan asumsi tingkat kesalahan € yang dapat ditolerir sebanyak 10% maka jumlah populasi  $n$  adalah :

$$n = \frac{1.236}{1 + 1.236(0,1)^2} = 92.51 \text{ dibulatkan } 93$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 orang responden.

#### 3.3.2.1 Teknik Sampling

Sampel yang telah ditentukan jumlahnya kemudian ditentukan kembali teknik pengambilan sampel dalam melaksanakan penelitian. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono 2017:121).

Terdapat duakelompok teknik sampling dalam penelitian menurut Sugiyono (2017:82), yaitu :

1. *Probability Sampling*
2. *Nonprobability Sampling*

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2017:125). Dalam penelitian ini sampel teknik *nonprobability sampling* yang digunakan dengan pendekatan *incidental sampling method*. Menurut Sugiyono (2017:126) definisi *Sampling incidental* dapat dinyatakan pada halaman selanjutnya “*Sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.”

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Tenik pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian terhadap masalah yang menjadi objek penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil secara langsung, data ini diperoleh melalui kegiatan observasi yaitu pengamatan langsung di Rumah Makan Sop Kaki Kambing dan Sapi Mas Pendi 999 Khas Jakarta yang

menjadi objek penelitian dan mengadakan wawancara dengan pihak manajemen perusahaan serta penyebaran kuesioner kepada pengunjung Rumah Makan Sop Kaki Kambing dan Sapi Mas Pendi 999 Khas Jakarta. Untuk memperoleh data primer menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Wawancara

Yaitu Komunikasi secara langsung dengan pihak pengunjung dan pihak lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti dengan cara tanya jawab. Dengan wawancara ini penulis ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti di Rumah Makan Sop Kaki Kambing dan Sapi Mas Pendi 999 Khas Jakarta

b. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan alat utama yang digunakan dalam penelitian ini dan disebarakan dengan pernyataan yang telah disusun. Dalam penyebaran kuisisioner, pengajuan sejumlah pernyataan yang telah disertai dengan alternative jawaban.

c. Observasi

Metode observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dan gejala-gejala pisis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Dalam kaitannya dengan penelitian ini penulis langsung terjun ke lapangan menjadi partisipan (observer partisipatif) untuk menemukan dan mendapatkan data yang berkaitan dengan fokus penelitian.

## 2. Data Sekunder

Data ini merupakan pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari :

- a. Sejarah, literatur dan profil Sop Betawi dan Sop Kaki Kambing dan Sapi Mas Pendi 999 Khas Jakarta.
- b. Buku-buku yang berhubungan dengan variabel penelitian
- c. Jurnal dan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik permasalahan yang diteliti.
- d. Perpustakaan Universitas Pasundan Bandung.
- e. Internet

## 3.5 Uji Instrumen Penelitian

### 3.5.1 Uji Validitas Instrumen

Valid berarti instrument yang digunakan tepat untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, yaitu mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. 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.

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus *pearson product*

moment

$$r = \frac{n (\sum X_1 X_{1tot}) - (\sum X_1) (\sum X_{1tot})}{\sqrt{((n \sum \chi_i^2 - (\sum \chi_i)^2)(n \sum \chi_{tot}^2) - (\sum \chi_{1tot})^2)}}$$

Keterangan :

$r$  = Korelasi product moment

$\sum \chi_i$  = Jumlah skor suatu item

$\sum X_{tot}$  = Jumlah total skor jawaban

$\sum \chi_i^2$  = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

$\sum x_{tot}^2$  = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum \chi_i X_{tot}$  = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	No Item	Pearson Correlations			Simpulan
		r Hitung		r Tabel	
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	Indikator 1	0,537	≥	0,3	Valid
	Indikator 2	0,621	≥	0,3	Valid
	Indikator 3	0,613	≥	0,3	Valid
	Indikator 4	0,607	≥	0,3	Valid
	Indikator 5	0,623	≥	0,3	Valid
	Indikator 6	0,597	≥	0,3	Valid
	Indikator 7	0,570	≥	0,3	Valid
	Indikator 8	0,564	≥	0,3	Valid
	Indikator 9	0,501	≥	0,3	Valid
	Indikator 10	0,571	≥	0,3	Valid
	Indikator 11	0,508	≥	0,3	Valid
	Indikator 12	0,637	≥	0,3	Valid
	Indikator 13	0,573	≥	0,3	Valid
	Indikator 14	0,658	≥	0,3	Valid
	Indikator 15	0,658	≥	0,3	Valid
	Indikator 16	0,572	≥	0,3	Valid
Harga (X <sub>2</sub> )	Indikator 17	0,688	≥	0,3	Valid
	Indikator 18	0,409	≥	0,3	Valid
	Indikator 19	0,719	≥	0,3	Valid
	Indikator 20	0,795	≥	0,3	Valid
	Indikator 21	0,757	≥	0,3	Valid
	Indikator 22	0,768	≥	0,3	Valid
	Indikator 23	0,729	≥	0,3	Valid
	Indikator 24	0,593	≥	0,3	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Indikator 25	0,538	≥	0,3	Valid
	Indikator 26	0,718	≥	0,3	Valid
	Indikator 27	0,651	≥	0,3	Valid
	Indikator 28	0,707	≥	0,3	Valid
	Indikator 29	0,733	≥	0,3	Valid
	Indikator 30	0,845	≥	0,3	Valid
	Indikator 31	0,756	≥	0,3	Valid
	Indikator 31	0,713	≥	0,3	Valid
	Indikator 33	0,744	≥	0,3	Valid

	Indikator 34	0,757	$\geq$	0,3	Valid
--	--------------	-------	--------	-----	-------

Sumber: Pengolaha data primer 2021

Berdasarkan tabel hasil uji validitas dapat diketahui semua variabel penelitian, koefisien antara item dengan total item lebih dari sama dengan 0,3 maka semua item tersebut dinyatakan valid dan layak untuk dilanjutkan pada tahap berikutnya.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai pengumpul data karena instrument/ pertanyaan tersebut sudah baik dengan kata lain data dapat diandalkan. Perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* yang dibandingkan dengan hasil perhitungan SPSS 26. Reliabilitas = R  
Tabel < Nilai R (*Cronbach's Alpha*)

**Tabel 3.4**  
**Koefisien Reliabilitas *Alpha Cronbach***

Kriteria	Koefisien
>0.900	Sangat Reliabel
0.700 – 0.900	Reliabel
0.400 – 0.700	Cukup Reliabel
0.200 – 0.400	Kurang Reliabel
<0.200	Tidak Reliabel

Sumber : Guildford dalam Sugiyono

Pengujian reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai pengumpul data karena instrument/pertanyaan tersebut sudah baik dan dapat diandalkan.

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Indikator	Keterangan
1.	Kualitas Produk	0,871	16	Reliabel
2.	Harga	0,828	8	Reliabel
3.	Kepuasan Pelanggan	0,894	10	Reliabel

Berdasarkan tabel 3.4 hasil uji reliabilitas kuesioner dapat diketahui bahwa hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel atau konsisten dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

### 3.6 Metode Analisis Data

Sugiyono (2017:206) mengatakan analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Pengolahan data dilakukan dengan cara data yang telah dikumpulkan, diolah dan disajikan dalam bentuk tabel. Sugiyono (2017:132) berpendapat bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi yang positif. Terdapat lima kategori pembobotan dalam skala Likert sebagai berikut:

**Tabel 3.6**  
**Model Skala Likert**

Skala	Keterangan	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1	Sangat Baik	5	1
2	Baik	4	2
3	Kurang Baik	3	3
4	Tidak Baik	2	4
5	Sangat Tidak Baik	1	5

Sumber: Sugiyono (2017:133)

Mengacu pada ketentuan tersebut, maka jawaban dari setiap responden dapat dihitung skornya yang kemudian skor tersebut ditabulasikan untuk

menghitung validitas dan reliabilitasnya.

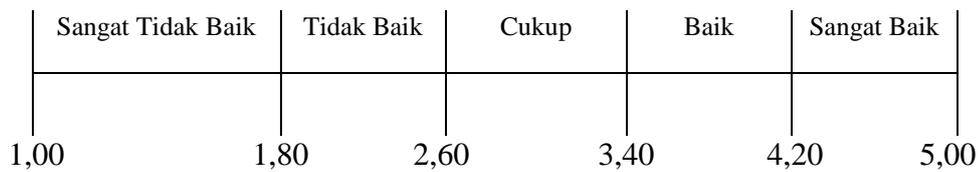
### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan mengenai situasi dan kejadian secara sistematis dari variabel-111 variabel dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:147) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui mengenai tentang Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu atas variabel independen dan dependen, kemudian diklasifikasikan terhadap jumlah total skor responden. Jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Berikut cara perhitungannya menurut Sugiyono (2017) sebagai berikut :

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

Setelah diketahui skor rata-rata dari hasil perhitungan tersebut, kemudian langkah selanjutnya hasil tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada ruang skor yang dapat dihitung dengan rumus





**Gambar 3.1 Garis Kontinum**

Sumber : Sugiyono (2017)

Keterangan :

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 –1,80 : Sangat Tidak Baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 –2,60 : Tidak Baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 –3,40 : Kurang Baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 –4,20 : Baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 –5,00 : Sangat Baik

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Menurut Sugiyono (2017:55) Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

#### 3.6.2.1 *Method of Successive Interval (MSI)*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang didapat masih dalam bentuk skala ordinal. Maka peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan menggunakan teknik Method of Successive Interval (MSI). Berikut adalah langkah-langkah Method of Successive Interval (MSI) pada halaman selanjutnya.

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang

dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap item 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 ditentukan 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 :  $y = sv + [k] \quad k = 1[SV_{min}]$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti gunakan selanjutnya adalah dengan menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program IBM SPSS (Statistical Package for Social Sciences) untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

### 3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda.

Menurut Sugiyono (2014:277) bahwa:

“Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independen* sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2”.

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda. Karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

- $Y$  = Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)  
 $\alpha$  = Koefisien konstanta  
 $b_1, b_2$  = Koefisien regresi kualitas produk dan harga  
 $X_1$  = Variabel bebas (Kualitas Produk)  
 $X_2$  = Variabel bebas (Harga)  
 $\varepsilon$  = Error, atau factor gangguan lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain kualitas produk dan harga

### 3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan korelasi antara variabel penelitian yaitu variabel kualitas produk ( $X_1$ ) variabel harga ( $X_2$ ) dan variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda dengan rumus pada halaman selanjutnya.

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

Keterangan :

- $r$  = Koefisien regresi ganda  
 $JK_{reg}$  = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi  
 $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dan korelasi

Mencari  $JK_{reg}$  dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$JK_{reg} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Mencari  $\sum Y^2$  menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}$$

Berdasarkan nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh dapat dihubungkan  $-1 < r$  ,  
sedangkan untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut :

1. Apabila  $r=1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2, dan Y semua positif sempurna.
2. Apabila  $r=-1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2, dan Y negatif sempurna.
3. Apabila  $r=0$ , artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X1, X2, dan Y
4. Apabila nilai r berada diantara -1 dan 1, maka tanda (-) menyatakan adanya korelasi tak langsung antara korelasi negatif dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Adapun untuk melihat hubungan atau korelasi, dapat dilihat dari analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:147) pada halaman selanjutnya.

**Tabel 3.9**  
**Intreprestasi Koefisien Korelasi**

Intrepretasi	Tidak Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 - ,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017:147)

Berdasarkan pada tabel diatas menjelaskan mengenai pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap kuat atau rendahnya hubungan korelasi berpedoman pada pendapat oleh Sugiyono (2017:148).

#### 3.6.2.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $r^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1 (satu). Nilai  $r^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97)

Koefisien determinasi pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas produk (X1) harga (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%), dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

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

Keterangan :

Kd = Seberapa besar pengaruh variabel terikat

$r^2$  = Kuadrat koefisien korelasi ganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Nilai koefisien determinasi yakni antara 0 sampai 1 ( $0 \leq Kd \leq 1$ ). Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

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

### 3.6.3 Rancangan Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh kualitas produk (X1) harga (X2) dan kepuasan pelanggan (Y), baik dilakukan secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini

dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ )

### 3.6.3.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan

Menurut Sugiyono (2014:250) menggunakan rumus :

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

Keterangan :

- t = Distribusi t
- r = Koefisien parsial
- $r^2$  = Koefisien Determinasi
- n = Jumlah Data

(t-test) hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$  diterima jika nilai  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau nilai  $sig > \alpha$
2.  $H_0$  ditolak jika nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau nilai  $sig < \alpha$

Bila terjadi penerimaan  $H_0$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

Rancangan pengujian hipotesis statistik ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian

ini adalah:

1.  $H_0 : \beta = 0$  : tidak terdapat pengaruh yang signifikan
2.  $H_a : \beta \neq 0$  : terdapat pengaruh yang signifikan

### 3.6.3.2 Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan dan parsial.

Menurut Sugiyono (2014:257) dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota data atau kasus

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan  $F_{\text{tabel}}$  yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan degree freedom = k (n-k-1) dengan kriteria sebagai berikut :

1.  $H_0$  ditolak jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  atau nilai sig  $< \alpha$
2.  $H_0$  diterima jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  atau nilai sig  $> \alpha$

Jika terjadi penerimaan, maka dapat diartikan tidak berpengaruh signifikan model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan

pula pengaruh dari variabel-variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Adapun yang menjadi hipotesis nol dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.  $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$  : tidak berpengaruh signifikan
2.  $H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$  : terdapat pengaruh yang signifikan

- 1) Penetapan tingkat signifikansi

Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ( $\alpha=0$ ) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95.

Dalam ilmu-ilmu sosial tingkat signifikansi 0,05 sudah lazim digunakan karena dianggap cukup tepat untuk mewakili hubungan antar-variabel yang diteliti.

- 2) Penetapan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

Hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya diuji dengan menggunakan metode pengujian statistik uji t dan uji F dengan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

### **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. 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 yang diberikan, dimana jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh peneliti.

### **3.8 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam penelitian ini adalah di Sop Kaki Kambing dan Sapi Mas Pendi 999 Khas Jakarta Jln. Banceuy No.31 D (Samping Toko Kim Hien), Kota Bandung. Penelitian dilakukan selama masa pandemic.

**Lokasi : Jln. Banceuy No.31 D ( Samping Toko Kim Hien )**

**Waktu : 17: 00 – 22 : 00**

