

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian merupakan salah satu cara yang ditempuh untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah mengungkapkan, menggambarkan, menyimpulkan hasil dari pemecahan suatu masalah melalui cara tertentu sesuai dengan prosedur penelitiannya. Penulisan laporan ini penulis menggunakan metode survey yaitu dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan keberadaan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data yang penting dalam penelitian.

Metode bagi suatu penelitian sebagai salah satu cara yang ditempuh dalam mencapai tujuan dan untuk memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2017:2) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Pengumpulan data yang dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dalam penelitian.

Dalam penelitian yang dilakukan ini peneliti menggunakan metode penelitian survei. Menurut Sugiyono (2017:30) “Survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”. Tujuan penelitian

survei untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Berikut pengertian metode deskriptif dan verifikatif menurut (ugiyono, (2017:11) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai dan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu 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 kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Aditi *Coffee House*.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2017:58). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari

variabel bebas (independent variabel), dan variabel terikat (dependent variabel). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau mulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Variabel ini melibatkan tiga variabel Kualitas Produk, Harga sebagai variabel independen dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel dependen Berikut ini peneliti sajikan penjelasan dari masing-masing variabel yaitu :

1. Kualitas Produk

Menurut Fandy Tjiptono (2016:134) menyatakan bahwa : “Kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan apabila produk tersebut memenuhi harapan konsumen.”

2. Harga

Menurut Fandy Tjiptono (2019:210) yang menyatakan bahwa “Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”.

3. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (Atmaja, 2018) “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan”.

Setelah peneliti menjabarkan definisi-definisi dari setiap variabel penelitian maka pada sub bab berikutnya peneliti akan menjabarkan operasional

variabel guna memperjelas variabel-variabel dalam penelitian ini.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden. Selain itu, operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, konsep variabel, indikator, ukuran dan skala. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti yaitu harga sebagai variabel bebas pertama kualitas produk sebagai variabel bebas kedua, dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.

Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala. Data skala ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara kategorisasi atau klasifikasi tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan atau tingkatan operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel-variabel yang menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui klasifikasi ukurannya. Berikut operasionalisasi variabel yang diteliti dapat dilihat pada tabelnya 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
1.	Kualitas Produk (X1)	Kinerja (<i>Performance</i>)	Kecepatan . ketelitian dan	Tingkat kecepatan ,	Ordinal

No	Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
	<p>“Kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan apabila produk tersebut memenuhi harapan konsumen.”</p> <p>Fandy Tjiptono (2016:134)</p>		keamanan dalam menyajikan produk	ketelitian, kemudahan dan kenyamanan dalam menyajikan produk	
		Keistimewaan Tambahan (<i>Featurs</i>)	Kualitas produk yang digunakan Aditi Coffe House sangat baik	Tingkat kualitas produk Yang digunakan	Ordinal
		Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Kehandalan dan keindahan penampilan dalam pengemasan	Tingkat kehandalan dan keindahan penampilan dalam kemasan	Ordinal
		Kesesuaian dan spesifikasi (<i>Conformance to Spectifications</i>)	Kesesuaian kinerja produkyang telah sesuai standar	Tingkat kinerja produk telah memenuhi standar	Ordinal
		Daya tahan (<i>Durability</i>)	Daya tahan Dalam penyimpanan jangka waktu yang lama	Tingkat tahanan dalam penyimpanan produk jangka waktu lama	Ordinal
		Kemampuan melayani (<i>Servicebility</i>)	Kualitas pelayanan yangdiberikan sangat baik	Tingkat kualitas layanan	Ordinal
		Estika (<i>Aesthetic</i>)	Daya tarik produk	Tingkat daya tarik produk	Ordinal

No	Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		Kesan kualitas (<i>Perceived quality</i>)	Persepsi pelanggan setelah melakukan pembelian	Tingkat persepsi pelanggan terhadap produk	Ordinal
2.	Harga(X2) Harga merupakan satuanmoneter atau ukuran lainnya (termasuk barangdan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barangatau jasa”. Fandy Tjiptono (2019:210)	Keterjangkauan Harga	Harga produk di coffee house terjangkau	Tanggapan konsumen mengenai tingkat keterjangkauan harga di coffee house	Ordinal
			Harga produk di coffee housedapat dibeli oleh setiap lapisan masyarakat	Tanggapan konsumen mengenai , tingkatan harga yang dapat dibeli oleh setiap lapisan Masyarakat	Ordinal
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produkyang dirasakan	Tanggapan konsumen mengenai tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dirasakan	Ordinal
			Harga yang ditawarkan sesuai dengan yang diinginkan	Tanggapan konsumen mengenai tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan yang diinginkan	Ordinal
		Daya saing harga	Harga yang ditawarkan lebih murah dari pesaing	Tanggapan konsumen mengenai tingkat harga yang ditawarkan lebih murah dari pesaing	Ordinal

No	Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
			Beragamnya potongan harga yang ditawarkan daripada pesaing	Tanggapan konsumen mengenai tingkat beragamnya potongan harga yang ditawarkan dari pada pesaing	Ordinal
3.	Kepuasan pelanggan (Y) Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan Kotler dan Keller (2012:17), Donni Juni Priansa (2017 : 196) dan Ali Hasan (2018:181)	Harapan (<i>expectations</i>)	Terpenuhinya keinginan pelanggan	Tingkat terpenuhi keinginan pelanggan	Ordinal
			Kesesuaian harapan atas proses	Tingkat kesesuaian harapan atas proses	Ordinal
			Kesesuaian harapan atas kualitas jasa	Tingkat kesesuaian harapan atas kualitas jasa	Ordinal
		Kinerja (<i>Performance</i>)	Kenyamanan atas kualitas pelayanan dan produk	Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan dan produk kepada pelanggan	Ordinal
			Tingkat kemampuan kualitas kinerja karyawan	Tingkat harapan pelanggan terhadap kemampuan kualitas kinerja karyawan	Ordinal

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2021)

3.3 Populasi , Sampel dan Teknis Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka akan diambil bagian, jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut

sampel. Sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

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

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 Aditi *Coffee House*. Berikut Jumlah Konsumen pada bulan Juli 2021– Desember 2021 :

Tabel 3.2
Jumlah Konsumen Aditi *Coffee House*
Pada Bulan Juli 2021 – Desember 2021

No	Bulan	Jumlah
1	Juli	4062
2	Agustus	7401
3	September	5237
4	Oktober	5082
5	November	4772
6	Desember	4521
Jumlah		31075
Rata-rata		5.179

Sumber : Data Aditi *Coffee House*

Berdasarkan Tabel 3.2 menjelaskan bahwa jumlah konsumen Aditi *Coffee House* selama periode Juli hingga Desember 2021 mengalami fluktuatif dan

jumlah pengunjung terendah ada pada bulan juli.

3.3.2 Sampel

Keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus benar – benar sangat representatif atau benar – benar mewakili.

Menurut Sugiyono (2019:127) mengatakan bahwa “sampel merupakan 70 bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang pernah membeli dan menikmati kualitas produk makanan dan minuman di Aditi *Coffee House*.

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

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

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

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 Aditi *Coffee House*.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukansampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu probability sampling dan non probability sampling. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah non probability sampling. Menurut Sugiyono (2017:142) menjelaskan bahwa “non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Adapun jenis-jenis dari teknik non probability sampling yaitu sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, sampling purposive, sampling jenuh dan snowball sampling. Teknik non probability sampling yang dipilih yaitu jenis sampling insidental. Menurut Sugiyono (2017:144) sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan atau insidental bertemu

dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan bertemu dengan peneliti dirasa itu cocok digunakan sebagai sumber data. Tentu dengan menetapkan beberapa kriteria terlebih dahulu, di bawah ini peneliti sajikan karakteristik responden dari insidental sampling yang akan digunakan:

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No.	Karakteristik Responden	Keterangan
1.	Jenis Kelamin	1) Laki-laki 2) Perempuan
2.	Usia	1) < 18 Tahun 2) 18 – 23 Tahun 3) 24 – 29 Tahun 4) 30 – 35 Tahun 5) > 35 Tahun
3.	Pekerjaan	1) Pelajar 2) Mahasiswa 3) PNS 4) Pegawai Swasta 5) Lainnya
4.	Penghasilan	1) < Rp 1.000.000,- per bulan 2) Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000 per bulan 3) Rp 2.600.000 – Rp 3.500.000 per bulan 4) Rp 3.600.000 – Rp 4.500.000 per bulan 5) > Rp 4.500.000,- per bulan
5.	Motivasi Berkunjung	1) Ingin makan 2) Ingin santai 3) Bertemu teman 4) Mengerjakan pekerjaan / tugas
6.	Frekuensi Berkunjung ke Aditi Coffee House (Dalam sebulan)	1) < 3 Kali 2) > 3 Kali

Sumber : Data Diolah Peneliti , 2021

Teknik non probability sampling yang dipilih yaitu jenis sampling insidental. Menurut Sugiyono (2017:144) sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang

orang yang kebetulan bertemu dengan peneliti dirasa itu cocok digunakan sebagai sumber data.

3.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:137) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*) Penelitian dilapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Pengamatan (*Observation*)

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada Aditi *Coffee House*. Menurut Sugiyono (2017:203) obeservasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak Aditi *Coffee House*. Menurut Sugiyono (2017:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan atau pihak yang berwenang atau bagian lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner akan diberikan kepada konsumen Aditi *Coffee House*. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan satu persatu kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

d. Penelitian kepustakaan (*library reaearch*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan data pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek , seperti :

a) Buku

Buku yang digunakan adalah yang sesuai dengan penelitian ini dan dapat membantu memperlengkap informasi yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian.

b) Jurnal

Jurnal yaitu data pendukung yang berasal dari jurnal penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lainnya dan yang berhubungan dengan

penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian yang peneliti lakukan.

c) Internet

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

3.4 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 yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.4.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Sugiyono (2017:384) 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 instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Peneliti dalam mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi pearson product moment dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum x^2) - (\sum x)^2} \sqrt{(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : Koefisien korelasi product moment
- R : Koefisien validiras item yang dicari
- x : Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item
- y : Skor total instrumen
- n : Jumlah responden dalam uji instrumen
- $\sum X$: Jumlah hasil pengamatan variabel X
- $\sum Y$: Jumlah hasil pengamatan variabel Y
- $\sum xy$: Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y
- $\sum x^2$: Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X
- $\sum y^2$: Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $\leq r$ hitung, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Sugiono (2017:2015) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,300 keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,300 harus di perbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product dan Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul item-Total Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai corrected item-Total Correlation masing-masing butir pertanyaan.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan ukuran mana yang dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan ukuran mana yang harus dilakukan jika dilakukan pengukuran 2 (dua) kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode split-half yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antar total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus spearman brown.

Berkenaan dengan hal tersebut peneliti melampirkan rumus-rumus untuk

pengujian reliabilitas sebagai berikut :

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

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

X = Variabel nomer ganjil

Y = Variabel nomer genap

$\sum X$ = Jumlah total skor kelompok ganjil

$\sum Y$ = Jumlah total skor kelompok genap

$\sum X^2$ = Jumlah kuadran total skor kelompok ganjil

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadran total skor kelompok genap

$\sum XY$ = Jumlah perkalian skor jawaban kelompok ganjil dan kelompok genap

Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus

korelasi Spearman Brown sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

r_b = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7. Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), kemudian nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

Perhitungan uji reliabilitas variable Kualitas Produk, variabel Harga dan variabel Kepuasan Pelanggan dilakukan dengan cara mengambil 100 responden kemudian dihitung reliabilitas setiap variabel dengan menggunakan program SPSS (Statistic Product Service Solution).

3.4.1 Method Of Succesive Internal (MSI)

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal

menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval.

Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Succesive Internal*). Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Langkah- langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 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 respondendisebut dengan proposi.
4. Menentukan proposi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribur normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung Scale Value (SV) untuk masing-masing reponden dengan rumusan berikut :

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

Keterangan :

SV (Scale Value) : Rata – rata interval Density at lower limit : kepaduan batas bawah

density at upper limi : kepaduan batas atas

area under upper limi : daerah dibawah batas atas

area under lower limi : daerah dibawah batas bawa

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan

rumus: $y = sv + [k]$

$k = 1[SVmin]$

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

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.

3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah

penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono. 2017:148).

Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Berdasarkan pendapat yang telah di paparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X1) = Kualitas Produk (X2) = Harga terhadap variabel dependen (Y) = Kepuasan Pelanggan.

3.1.1 Analisis Deskriptif

Metode Deskriptif 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 mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari usia, pendidikan, dan penghasilan. Dimana variabel (Kualitas Produk), variabel (Harga) dan variabel (Kepuasan Pelanggan), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan

(item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuisioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif menurut Sugiyono (2017:93) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono (2017:160)

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuisioner penelitian ini peneliti akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat setuju memiliki nilai 1 (satu). Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen dan independen diatas dalam oprasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuisioner. Skala linkert digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya peneliti gambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Peneliti dalam menentukan

kategori skala padagaris kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum p = \frac{\sum \text{jawaban kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}} = \text{skor rata - rata}$$

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

$$NJI(\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria jawaban}}$$

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Rentang Skor = 5 - 1 = 4 = 0,8

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui kategori skala tabelyang peneliti sajikan pada halaman selanjutnya.

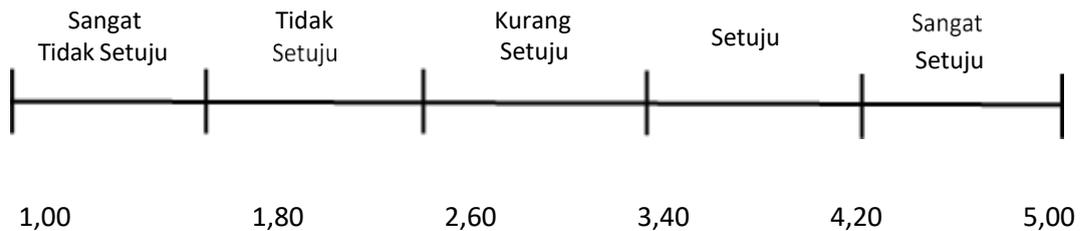
Table 3.5
Kategori Skala

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

Sumber : Sugiyono (2017:95)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil

tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum, yaitu sebagai berikut:



Sumber : Sugiyono , 2017

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.5.1 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 Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut:

3.5.1.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Sugiyono (2017:210) menyatakan bahwa analisis regresi linier 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 dan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

a = Bilangan konstanta

b₁ = Koefisien regresi

b₂ = Koefisien regresi

X₁ = Variabel bebas (Kualitas Produk)

X₂ = Variabel bebas (Harga)

e = Tingkat kesalahan (standard error) atau factor gangguan lain yang mempengaruhi minat beli selain kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan.

3.5.1.2 Analisis Kolerasi Berganda

Analisis kolerasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah Koefisien Korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut

dengan koefisien korelasi. Adapun rumus korelasi berganda sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{JK(\text{reg})}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

r^2 = Koefisien korelasi berganda

$JK(\text{reg})$ = Jumlah kuadrat regresi

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

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ sebagai berikut: Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel Kualitas Produk, Harga dan variabel Kepuasan Pelanggan. Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif. Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Tabel 3.6
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,000-0,199	sangat lemah
0,200-0,399	lemah
0,400-0,599	cukup
0,600-0,799	kuat
0,800-0,999	sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2017:278)

3.5.2 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih

bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_1), rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

3.5.2.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu kualitas produk dan harga sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan dengan objek penelitiannya yaitu *Aditi Coffee House*. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Membuat Formulasi Uji Hipotesis 1

1) $H_0 : b_1 : b_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Aditi Coffee House*.

2) $H_1 : b_1 : b_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Aditi Coffee House*.

b. Menentukan Tingkat Signifikansi Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.

c. Menghitung Nilai F Hitung Dengan Rumus Pengujian regresi secara simultan dimaksudkan apakah variabel bebas secara menyeluruh memberikan nyata

terhadap variabel terikat. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji f hitung. F hitung dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan :

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan

$F_{table}(n-k-1)$ = Derajat kebebasan

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

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.
(signifikan)
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.
(tidaksignifikan)

3.5.2.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis parsial digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai

berikut:

a. Membuat formulasi uji hipotesis

- 1) $H_0 : b_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) $H_1 : b_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengaruh kualitas produ terhadap kepuasan pelanggan

- 1) $H_0 : b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) $H_1 : b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas produk penjualan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Menentukan tingkat signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyaiprobabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.

d. Menghitung uji T-test

Pengujian regresi secara parsial dimaksud apakah variabel bebas berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel tersebut:

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

Keterangan :

t hitung = Statistik Uji Kolerasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi :
 - a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa Ho diterima, sebaliknya Ha ditolak.
 - b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak, sebaliknya Ha diterima.
- 2) Dengan membandingkan t hitung dengan table :
 - a. Jika t hitung > t tabel maka Ho ditolak, sebaliknya Ha diterima.
 - b. Jika t hitung < t tabel maka Ho diterima, sebaliknya Ha ditolak.

3.5.2.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh kualitas produk, harga erhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase (Kualitas Produk) dan (Harga) terhadap variabel (Kepuasan Pelanggan) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya yaitu :

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

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Adapun koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi parsial :

$Kd = \beta \times \text{Zero order}$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

B = Nilai standardized coefficients

Zero Order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

Kriteria-kriteia untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel dinyatakan lemah.
- b. Jika Kd mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam item atau pertanyaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang

menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner itu berisi pernyataan mengenai variable Kualitas Produk dan Harga penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Responden memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala Likert.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada konsumen yang datang langsung ke Aditi Coffee House yang berlokasi di Jl. Gandapura No.40, Merdeka, Kecamatan Sumur Bandung , Kota Bandung, Jawa Barat 40113. Adapun waktu untuk menyelesaikan penelitian ini terhitung mulai dari Januari 2022 sampai April 2022.

