

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Survei merupakan 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 adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Berdasarkan pernyataan diatas metode penelitian suatu cara ilmiah atau proses yang sesuai dengan prosedur penelitian untuk memecahkan permasalahan yang terjadi. Dengan teknik mencari, memperoleh, mengumpulkan, mencatat data baik primer maupun sekunder guna menyusun karya ilmiah. Pada metode penelitian yang digunakan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Metode deskriptif dan verifikatif menurut Sugiyono (2017:11) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai

variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap harga pada Double Steak Jl. Talaga Bodas Bandung, bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Double Steak Jl. Talaga Bodas Bandung dan bagaimana tanggapan konsumen terhadap kepuasan konsumen produk Double Steak pada Double Steak Jl. Talaga Bodas Bandung.

Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Double Steak Jl. Talaga Bodas Bandung.

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

Variabel merupakan suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti. Operasionalisasi variabel digunakan agar dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka harus memasukan proses atau operasional alat ukur yang akan digunakan untuk variabel yang diteliti.

### 3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan 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.

Pengertian variabel bebas (*independent*) dalam Sugiyono (2017:59) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Lalu variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2017:59) yang menjadi variabel terikat (variabel *dependent*) (Y). Variabel ini melibatkan tiga variabel, yaitu variabel harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel dependen. Berikut ini adalah penjelasannya mengenai variabel dari masing-masing variabel yaitu:

#### 1. Harga ( $X_1$ )

Menurut Kotler dan Keller (2016:312) mengungkapkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai

yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.

## 2. Kualitas pelayanan ( $X_2$ )

Menurut Fandy Tjiptono (2017:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

## 3. Kepuasan konsumen (Y)

Menurut Fandy Tjiptono (2017:146) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) dari suatu produk dengan harapan-harapannya.

### 3.2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator yang akan menjadi bahan penyusunan instrumen kuesioner Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Sesuai dengan judul penelitian yaitu pengaruh harga dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Double Steak maka terdapat tiga variabel yang dapat digunakan untuk menetapkan variabel, kemudia dikembangkan menjadi inkator-indikator lalu dikembangkan lagi menjadi item-item pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1:

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

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p><b>Harga</b></p> <p>“jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa ”</p> <p>Kotler dan Keller (2016:312)</p>	<i>Cost Function</i> (Fungsi Biaya)	Keterjangkauan Harga	Tingkat Keterjangkauan Harga	Ordinal	1
		Harga Diskon	Tingkat Daya Tarik Harga Diskon	Ordinal	2
	<i>Competitor Price</i> (Harga Pesaing)	Perbandingan Harga Dengan Produk Pesaing	Tingkat Perbandingan Harga Dengan Produk Pesaing	Ordinal	3
		Harga Tertinggi	Tingkat Harga Persaingan Harga Dengan Pesaing	Ordinal	4
	<i>Customer Value</i> (Nilai Pelanggan)	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	Tingkat Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	Ordinal	5
		Kesesuaian Harga Dengan Nilai Yang Diterima Konsumen	Tingkat Kesesuaian Harga Dengan Nilai Yang Diterima Konsumen	Ordinal	6
<p><b>Kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>)</b></p> <p>Mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.</p> <p>Menurut Fandy Tjiptono (2017:157)</p>	<i>Tangible</i>	Penampilan Yang Diberikan Rapi	Tingkat Penampilan Yang Diberikan Rapi.	Ordinal	7
		Lokasi Yang Nyaman	Tingkat Lokasi Yang Nyaman Bagi Pelanggan	Ordinal	8
	<i>Emphaty</i>	Mendengarkan Setiap Keluhan Pelanggan	Tingkat Mendengarkan Keluhan Setiap Pelanggan	Ordinal	9
		Memberikan Solusi Yang Tepat	Tingkat Memberikan Solusi Yang Tepat	Ordinal	10
	<i>Responiveness</i>	Pelayanan Cepat Dan Tanggap	Tingkat Pelayanan Cepat Dan Tanggap	Ordinal	11
		Ketepatan Waktu Pelayanan	Tingkat Ketepatan Waktu Pelayanan	Ordinal	12
	<i>Reliability</i>	Kemudahan Mendapatkan Pelayanan	Tingkat Kemudahan Mendapatkan Pelayanan	Ordinal	13

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
	<i>Assurance</i>	Sopan Santun Dan Keramahan Ketika Memberikan Pelayanan	Tingkat Sopan Santun Dan Keramahan Saat Memberikan Pelayanan	Ordinal	14
		Kemampuan Menumbuhkan Rasa Percaya Pelanggan	Tingkat Kemampuan Menumbuhkan Rasa Percaya Pelanggan	Ordinal	15
		Memberikan Jaminan Produk Kepada Pelanggan	Tingkat Jaminan Produk Yang Diberikan Kepada Pelanggan	Ordinal	16
<b>Kepuasan Konsumen (Z)</b>  Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) dari suatu produk dengan harapan-harapannya.  Fandy Tjiptono (2017:146)	Kinerja	Kualitas Pelayanan Yang Diberikan Memenuhi Harapan	Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas	Ordinal	17
		Pelayanan Yang Diberikan Cepat	Tingkat Kepuasan Kinsmen Terhadap Kecepatan	Ordinal	18
	Harapan	Kesesuaian Harapan Atas Keragaman Produk Yang Ditawarkan	Tingkat Kesesuaian Harapan Atas Keragaman Produk Yang Ditawarkan	Ordinal	19
		Kesesuaian Harapan Atas Pelayanan Yang Disediakan	Tingkat Kesesuaian Harapan Atas Pelayanan Yang Disediakan	Ordinal	20

Sumber: Diolah Peneliti 2021

### 3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Poupulasi merupakan segala sesuatu yang dijadikan objek dala penelitian dan dengan menuntukan populasi maka mampu melakukan pengolahan data dan untuk mempermudah pengelolaan data dengan mengambil bagian dan jumlah dari karaktestik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung atau konsumen Double Steak:

**Tabel 3.2**  
**Jumlah pengunjung Double Steak periode Januari-Desember 2018**

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	462
2	Februari	432
3	Maret	418
4	April	392
5	Mei	420
6	Juni	428
7	Juli	378
8	Agustus	372
9	September	389
10	Oktober	387
11	Nopember	454
12	Desember	520
<b>Total</b>		<b>5052</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>5052/12 = 421</b>

Sumber: Double Steak (2020)

Berdasarkan tabel 3.2 yang dijadikan penelitian menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Double Steak mengalami naik turun setiap bulannya. Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan pengunjungnya selama periode bulan Januari 2020–Desember 2020 yaitu sebanyak 421 orang. Jumlah dibagi 12 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari Double Steak Jl. Talaga Bodas Bandung.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus *representatif* (mewakili) (Sugiyono, 2017:81). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah Populasi

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

$$\text{Jadi: } n = \frac{421}{1+421(0,1)^2} = 80,80 \sim 81$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diperoleh ukuran ( $n$ ) dalam penelitian sebanyak 81 (dibulatkan) orang yang akan dijadikan ukuran sampel.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut (Sugiyono 2017:81) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam

penelitian terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Menurut Sugiyono (2017:82) terdapat dua teknik *sampling* yang dapat digunakan *probability sampling* dan *non probability samplin*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian.(Sugiyono, 2017:137) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis 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*)**

Penulis mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di Double Steak. 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 Double Steak. 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 Double Steak. 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.

### **3.4.1 Uji Validitas**

Uji Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017:121). Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku. Menurut Sugiyono (2017:134) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X \cdot \Sigma Y)}{\sqrt{[n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah responden uji coba

$X$  = skor tiap item

$Y$  = skor seluruh item responden uji coba

$\Sigma x$  = Jumlah hasil pengamatan variabel  $X$

$\Sigma y$  = Jumlah hasil pengamatan variabel  $Y$

$\Sigma xy$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel  $X$  dan variabel  $Y$

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

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

### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang

sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid (Sugiyono 2017:173).

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

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

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

Dimana :

r = Koefesien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\Sigma A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\Sigma B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\Sigma A^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\Sigma B^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\Sigma AB$  = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi Spearman Brown sebagai berikut :

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

Dimana :

$r$  = Nilai reliabilitas

$r_b$  = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen ( $r_b$  hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

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

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas.

Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

### **3.5 Metode Analisis 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 ( $X_1$ ) = Harga, ( $X_2$ ) = Kualitas pelayanan terhadap variabel dependen ( $Y$ ) = Kepuasan konsumen.

### 3.5.1 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 X1 (Harga), variabel X2 (Kualitas pelayanan), dan variabel Y (Kepuasan konsumen), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

**Tabel 3.3**  
**Alternatif Jawaban Skala Likert**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2017:160)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat dilihat alternatif jawaban dan bobot nilai untuk item-item instrumen pada kuesioner. Bobot nilai ini agar memudahkan bagi responden untuk menjawab pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini penyusun akan menganalisa data tersebut satu persatu yang didasarkan pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan koesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung. Penelitian menggunakan analisis deskriptif atas variabel independent dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudia disusun kriteria penilaian untuk setiap item

pernyataan. Mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan skor variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

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

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan 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 :

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

Dimana:

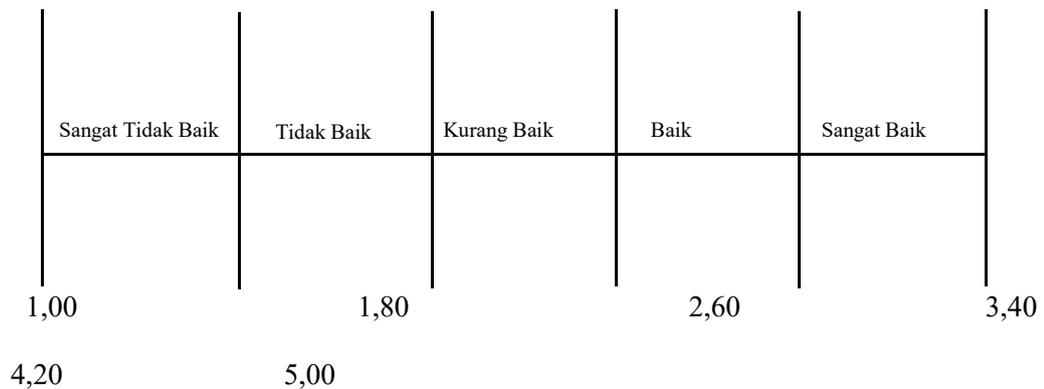
Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

$$NJI(\text{nilai jenjang interval}) = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut:

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



**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinum**

### 3.5.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2017:53) analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penlitoan akan menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verikatif merupakan analisis untuk membuktikan dan mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui dan menguji kebenaran hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan perhitungan statistik. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut:

#### 3.5.2.1 *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 menjad nterval, 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*).

Prosedur statistik meliputi regresi, korelasi Pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika kita hanya mempunyai data berskala ordinal; maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Kecuali jika kita menggunakan prosedur, seperti korelasi Spearman yang mengujikan data berskala ordinal; maka kita tidak perlu mengubah data yang sudah ada tersebut. Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap reponden (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 responden disebut 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.

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

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

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

### 3.5.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat (untuk membuktikan ada atau tidak adanya hubungan). Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen antar variabel  $X_1$  (Harga) dan  $X_2$  (Kualitas pelayanan) terhadap  $Y$  (Kepuasan konsumen).

Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

$Y$  = Kepuasan konsumen

$a$  = Konstanta

$X_1$  = Variabel Bebas (Harga)

$X_2$  = Variabel Bebas (Kualitas pelayanan)

$\beta_1$  dan  $\beta_2$  = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel

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

### 3.5.2.3 Analisis Kolerasi Berganda

Analisis kolerasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). 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 kolerasi berganda sebagai berikut:

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

Dimana:

$r^2$  = Koefisien kolerasi berganda

$JK_{regresi}$  = Jumlah Kuadrat regresi

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

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

Apabila  $r = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel X1,X2 dan variabel Y.

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

Apabila  $r = 0$ , artinya terdapat hubungan kolerasi.

**Tabel 3.4**  
**Taksiran Besarnya Koefisien Kolerasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkatan Hubungan</b>
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Cukup
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017:278).

### 3.5.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternative ( $H_1$ ), rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

#### 3.5.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan sebagai berikut dijabarkan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ ,      Tidak dapat pengaruh Harga dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen.

$H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ ,      Terdapat pengaruh Harga dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian di uji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Penelitian dalam hal ini melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda yang dimana menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

$R^2$  = Kuadrat koefesien kolerasi ganda

$K$  = Banyaknya variabel bebas

$n$  = Ukuran sampel

$F$  =  $F_{hitung}$  yang selanjutnya dibandingkan dengan  $F_{tabel}$

$(n-k-1)$  = Derajat kebebasan

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

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

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

### 3.5.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji t 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.  $H_0 : \beta_1 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian
- b.  $H_1 : \beta_1 \neq 0$ , Terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian
- c.  $H_0 : \beta_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

d.  $H_0 : \beta_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji T dengan taraf signifikan 5% atau dengan tingkat keyakinan 95% dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

$t_{hitung}$  = Statistik Uji Kolerasi

$n$  = Jumlah sampel

$r$  = Nilai kolerasi parsial

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

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima.

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya  $H_a$  ditolak.

### 3.5.3.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh  $X_1$  (Harga) dan  $X_2$  (Kualitas pelayanan) terhadap variabel  $Y$  (Kepuasan konsumen). 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  $X_1$  (Harga) dan  $X_2$  (Kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan konsumen) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien klerasinya yaitu:

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

Dimana:

Kd = Nilai koefisien determinasi

$r^2$  = Kuadrat dari koefisien ganda

## 2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase  $X_1$  (Harga) dan  $X_2$  (Kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan konsumen).

Maka untuk mengetahui seberapa besar persentase dengan menggunakan rumus koefisien determinasi secara parsial sebagai berikut:

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Dimana:

B = Beta (*nilai standarliezed coeffecients*)

*Zero Order* = Matrik kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat

Maka:

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

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, 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 ini berisi pernyataan mengenai variabel harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.. Responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Responden memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *Likert*.

### **3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Double Steak Bandung, jalan Talaga Bodas No. 22 Bandung. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan dari mulai Bulan 30 November 2021 – 30 Mei 2022.

