

## **BAB III METODE PENELITIAN**

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

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2020:2). Metode penelitian merupakan cara berpikir ilmiah secara rasional, empiris, dan sistematis yang digunakan oleh peneliti suatu disiplin ilmu untuk melakukan kegiatan penelitian. Berpikir secara rasional, berarti kegiatan penelitian tersebut dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga dapat dijangkau oleh penalaran manusia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandas pada filsafat positivisme, dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data, menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2020:16).

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode survey. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat yang dituju tetapi peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono,2020:15). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2020:147), penelitian deskriptif merupakan penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, data disajikan dalam bentuk grafik, tabel, uraian singkat sehingga dapat menggambarkan objek penelitian (Sugiyono:2020:325). Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor satu sampai dengan nomor tiga untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan kepuasan konsumen ( $Y$ ) Ayam Geprek Rempah Panyileukan.

Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang memiliki kredibilitas

(Sugiyono, 2020:329). Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian verifikatif yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor empat dan nomor lima untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Ayam Geprek Rempah Panyileukan.

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

Variabel penelitian merupakan sebuah atribut, nilai atau sifat serta sebuah kegiatan yang mempunyai variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya sesuai yang telah ditentukan oleh penulis. Penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu variabel *independent* dan *dependent*. Variabel *independent* dalam penelitian ini merupakan kualitas produk ( $X_1$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ). Sedangkan variabel dependennya kepuasan konsumen (Y). Variabel-variabel tersebut kemudian dipaparkan definisi nya dan operasionalisasi variabel nya berdasarkan dimensi, indikator, dan skala penelitian.

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

Variabel penelitian merupakan sebuah kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik untuk mendapatkan kesimpulan (Sugiyono, 2020:68). Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Ayam Geprek Rempah Panyileukan, adapun masing-masing variabel tersebut didefinisikan sebagai berikut:

1. Variabel *Independent* (X)

Variabel ini merupakan variabel yang sering disebut sebagai variabel *stimulus* atau biasa disebut variabel bebas. Menurut Sugiyono (2020:69), variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel *independent* yang digunakan adalah kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ).

a. Kualitas produk ( $X_1$ )

Menurut Kotler & Amstrong (2018:10) berpendapat “*a product is anything that can be offered to a market to attract attention and perform its function and that includes performance, reliability, durability and conformance*” yang dialih bahasakan menjadi produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian dan menampilkan fungsinya dan itu termasuk *performance, reliability, durability dan conformance*.

b. Kualitas pelayanan ( $X_2$ )

Menurut Kotler & Keller (2019:80) “*Service quality is the totality of a product or service that depends on the ability to satisfy stated needs*” yang dialih bahasakan bahwa Kualitas pelayanan adalah totalitas dari produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan.

2. Variabel *Dependent* (Y)

Variabel *dependent* merupakan variabel yang menjadi *output* sebuah penelitian atau biasa disebut variabel terikat. Menurut Sugiyono (2020:69), variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel *dependent* yang digunakan adalah kepuasan konsumen (Y).

Menurut Tjiptono (2021:434), kepuasan konsumen merupakan sebuah evaluasi pembelian, di mana ekspektasi terhadap kinerja sebuah produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel penelitian diperlukan dalam penelitian ini bertujuan untuk memudahkan dalam memahami skala pengukuran dan menentukan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan mengenai operasionalisasi variabel

yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan kepuasan konsumen ( $Y$ ).

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

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Kualitas Produk ( $X_1$ )  Kualitas produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian dan menampilkan fungsinya dan itu termasuk keseluruhan <i>performance, reliability, durability, dan conformance.</i>	<i>Performance</i>	Menilai kepraktisan produk.	Tingkat kemampuan untuk mendapatkan produk yang praktis	Ordinal	1
		Produk barang yang memiliki karakteristik bagi konsumen.	Tingkat produk yang dihasilkan memiliki ciri khas yang akan diingat oleh konsumen.		2
	<i>Reliability</i>	Produk yang bisa dijalankan sesuai fungsinya.	Tingkat kegunaan produk yang sesuai fungsinya.	Ordinal	3
Kotler & Amstrong (2018:10).	<i>Durability</i>	Daya tahan suatu produk.	Tingkat ketahanan suatu produk.	Ordinal	4
		Ukuran produk yang dapat bertahan sesuai umurnya.	Tingkat ketahanan ukuran produk yang sesuai dengan umurnya.		5

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
	<i>Conformance</i>	Kualitas produk yang disajikan telah ditetapkan	Tingkat produk yang disajikan sudah tetap dan tidak mengalami perubahan.	Ordinal	6
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )  Kualitas pelayanan adalah totalitas dari produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan.  Kotler & Keller, (2019:80)	<i>Tangible</i>	Peralatan yang digunakan.	Tingkat peralatan yang digunakan bersih.	Ordinal	7
	<i>Reliability</i>	<i>Performance</i> kinerja karyawan	Tingkat ketelitian dalam menyiapkan pesanan.	Ordinal	8
	<i>Responsiveness</i>	Kesiapan karyawan dalam memberikan jasa.	Tingkat kesiapan karyawan untuk melayani konsumen.	Ordinal	9
	<i>Assurance</i>	Memiliki pengetahuan dan informasi yang mumpuni tentang produk.	Tingkat memberikan informasi produk yang dijual kepada konsumen yang menanyakan tentang produknya	Ordinal	10
	<i>Empathy</i>	Memberikan perhatian kepada konsumen.	Tingkat kepekaan karyawan terhadap tingkah laku yang ditunjukkan oleh konsumen ketika sedang menunggu pesanan.	Ordinal	11
		Memberikan rasa aman kepada konsumen.	Tingkat keamanan yang diberikan kepada konsumen ketika belanja.	Ordinal	12

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
<p>Kepuasan Konsumen (Y)</p> <p>Kepuasan konsumen merupakan sebuah evaluasi pembelian, di mana ekspektasi terhadap kinerja sebuah produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian</p> <p>Tjiptono (2021:434)</p>	Kepuasan Konsumen Keseluruhan	Apresiasi yang diberikan konsumen kepada perusahaan.	Tingkat konsumen yang merasa puas akan memberikan apresiasi kepada perusahaan.	Ordinal	13
		Konsumen merasa puas terhadap barang atau jasa yang diterimanya.	Tingkat barang atau jasa yang diterima oleh konsumen sesuai dengan keinginannya akan mendapatkan rasa puas terhadap konsumen itu sendiri.	Ordinal	14
	Konfirmasi Harapan	Harapan konsumen kepada suatu produk.	Tingkat konsumen memiliki harapan kepada produk yang mana perlu diberikan kepuasan atas harapannya oleh pihak perusahaan.	Ordinal	15

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
		Kepuasan konsumen karena pelayanannya sesuai dengan harapannya.	Tingkat konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diterima karena sesuai dengan harapannya.	Ordinal	16
	Minat Pembelian Ulang	Kepercayaan konsumen terhadap suatu produk.	Tingkat produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan baik akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen yang membelinya.	Ordinal	17
		konsumen melakukan pembelian ulang.	Tingkat kepuasan konsumen akan mencapai pada titik puas dengan melakukan pembelian ulang.	Ordinal	18
	Kesediaan Merekomendasikan	Konsumen akan memberikan penilaian sesuai yang produk dan pelayanan diterima.	Tingkat konsumen memberikan penilaian yang baik sehingga konsumen lain yang melihat akan merasakan penasaran untuk mencobanya.	Ordinal	19
	Ketidakpuasan Konsumen	Konsumen tidak akan merekomendasikan kepada pihak lain.	Tingkat konsumen tidak akan merekomendasikan produk barang atau jasa yang diterimanya jika tidak memenuhi harapannya.	Ordinal	20

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel 3.1 dapat dilihat bahwa terdapat jumlah item pertanyaan sebanyak 20 item pernyataan dibandingkan jumlah item pernyataan pada kuesioner pendahuluan yang berjumlah 15 item yang bersatu dengan faktor-faktor lain. Pengembangan jumlah item pernyataan pada rancangan kuesioner ini berdasarkan pada dimensi variabel *independent* yakni kualitas produk sebanyak 4 dimensi dengan 6 pernyataan, kualitas pelayanan 5 dimensi dengan 6 pernyataan, dan pada variabel *dependent* yaitu kepuasan konsumen sebanyak 5 dimensi dengan 8 pernyataan yang sesuai berdasarkan keterkaitan dengan masalah yang sesuai dengan yang akan dianalisis.

### 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 ini berlaku sebagai objek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti.

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:126) Populasi merupakan sebuah wilayah yang digeneralisasi dan terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang digunakan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya objek dan subjek saja, melainkan terdapat karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Dalam penelitian ini, populasinya adalah konsumen Ayam Geprek Rempah Panyileukan.

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Konsumen Ayam Geprek Rempah Panyileukan**

No	Bulan	Jumlah Konsumen <i>Online (Go-Food)</i>	Jumlah Konsumen <i>Offline</i>
1	Januari	73	930
2	Februari	85	945
3	Maret	94	958
4	April	88	948
5	Mei	107	964
6	Juni	115	981
7	Juli	68	897



No	Bulan	Jumlah Konsumen <i>Online (Go-Food)</i>	Jumlah Konsumen <i>Offline</i>
8	Agustus	95	960
9	September	79	882
10	Oktober	125	1.015
11	November	139	1306
12	Desember	102	932
<b>Total</b>		<b>1.170</b>	<b>11.718</b>

Sumber: Ayam Geprek Rempah Panyileukan, 2021

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2020:127), Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dari populasi dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1). Jumlah sampel akan diketahui dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat Kesalahan

Jumlah populasi (N) sebanyak 1.170 orang dengan tingkat kesalahan (E) sebesar 10% (0,1), maka jumlah sampel (n) adalah:

$$n = \frac{1.170}{1 + 1.170 (0,1)^2} = 92,12 = 93$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 responden.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan Teknik pengumpulan data dengan melakukan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data serta keterangan-keterangan yang diperlukan dalam

penelitian. Teknik ini pada dasarnya dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu *probability* dan *nonprobability sampling*. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2020:131), mengungkapkan bahwa *nonprobability sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang kepada setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kemudian *nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini *Incidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2020:133), menyatakan bahwa *Incidental Sampling* merupakan Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yang mana terdapat orang yang ditemui pada saat mencari sampel itu cocok sebagai sumber data penelitian.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi serta fakta mendukung yang ada di lapangan. Menurut Sugiyono (2020:194) Teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang utama dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari sebuah penelitian adalah memperoleh data untuk diteliti lebih lanjut. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### **1. Penelitian Lapangan**

Penelitian lapangan dilakukan untuk mendapatkan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung terhadap objek penelitian.

##### **a. Pengamatan (*Observation*)**

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung terhadap variabel yang bermasalah pada penelitian. Menurut Sugiyono (2020:203), menyatakan bahwa observasi dapat dilakukan apabila penelitian berkenaan dengan proses kerja, tingkah laku manusia, kondisi alam, dan responden yang dialami tidak terlalu besar.

##### **b. Wawancara (*Interview*)**

Wawancara merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber yang akan dijadikan sumber data dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2020:200) wawancara dapat dilakukan secara terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun melalui social media atau telepon.

c. Kuesioner (*Questionnaire*)

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan secara tertulis kepada responden. Menurut Sugiyono (2020:200), kuesioner dapat dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan terbuka atau tertutup yang tertulis kepada responden baik secara langsung maupun melalui social media.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan dilakukan untuk mendapatkan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan.

- a. Jurnal-jurnal dan penelitian terdahulu yang berhubungan dan membahas topik yang sama juga dianggap relevan dengan penelitian ini.
- b. Buku-buku referensi yang berhubungan dengan penelitian ini.
- c. Internet, menggunakan internet digunakan untuk mengumpulkan data dan mencari informasi yang berhubungan dengan penelitian yang dipublikasikan melalui internet.

### 3.5 Uji Penelitian Instrumen

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun *social* yang diamati secara spesifik sebuah fenomena yang disebut variabel penelitian. Dalam penelitian ini ada dua uji instrumen yaitu melalui uji validitas dan reliabilitas merupakan syarat yang harus dipenuhi dalam penelitian kuantitatif yang bersumber dari data primer.

### 3.5.1 Uji Validitas

Instrument yang valid merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Menurut Sugiyono (2020:175) valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dengan total item yang ada. Jika nilai koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai koefisiennya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari tahu nilai koefisien tersebut, digunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut.

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah responden

$\sum X$  = 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  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan ukuran yang dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan ukuran yang harus dilakukan jika pengukuran 2 (dua) kali atau

lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2021:363) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah mengukur sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara simultan (bersama-sama) terhadap seluruh pernyataan. Untuk uji reliabilitas menggunakan metode *split-half*, yaitu metode yang menghubungkan atau mengkorelasikan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilakukan pengujian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*. Hasil penelitian reliabel jika terjadi adanya kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrument yang reliabel adalah instrument yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Metode *split half* merupakan dimana instrument dibagi menjadi dua kelompok.

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *Pearson Product Moment*

n = Jumlah responden

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$  = Jumlah kuadrat total skor belahan ganjil

$\sum B^2$  = Jumlah kuadrat total skor belahan genap

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

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

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi.

rb = Koefisien korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua batas reliabilitas minimal 0,7.

Nilai reliabilitas  $r_{hitung}$  tersebut dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ : Instrumen tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ : Instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Nilai yang valid memerlukan alat ukur yang memiliki keandalan dan reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur digunakan berulang kali dan memberikan hasil yang relative sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur, maka digunakan pendekatan secara statistika, dengan koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas  $r \geq 0,7$  maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

### **3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis**

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner secara keseluruhan. Menurut Sugiyono (2021:206) menyatakan bahwa analisis data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan setelah semua data responden terkumpul. Adapun teknik analisis data yang peneliti pakai dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif adalah sebagai berikut:

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan suatu kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Menurut

Sugiyono (2021:207) analisis deskriptif adalah analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan, baik suatu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *skala likert* di dalam kuesioner. Menurut Sugiyono (2021) “*Skala likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial”. Dalam *skala likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item- item instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif serta mempunyai skor masing-masing yaitu antara 5-4-3-2-1, adapun alternatif jawaban dengan menggunakan *skala likert* yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban sebagai berikut:

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

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
		Positif	Negatif
1	SS (Sangat Setuju)	5	1
2	S (Setuju)	4	2
3	KS (Kurang Setuju)	3	3
4	TS (Tidak Setuju)	2	4
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Sugiyono (2021)

Mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui tingkat perolehan nilai variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata dilakukan dengan menjumlahkan jawaban kuesioner lalu dibagi jumlah pernyataan dikalikan jumlah responden. Berikut cara perhitungannya:

$$\Sigma p = \frac{\Sigma \text{Jawaban Kuesioner}}{\Sigma \text{Pernyataan} \times \Sigma \text{Responden}} \times 100\% = \text{Skor Rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, kemudian hasil perhitungan tersebut dimasukan ke dalam 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 sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Keterangan:

Skor Minimum = 1

Skor Maksimum = 5

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

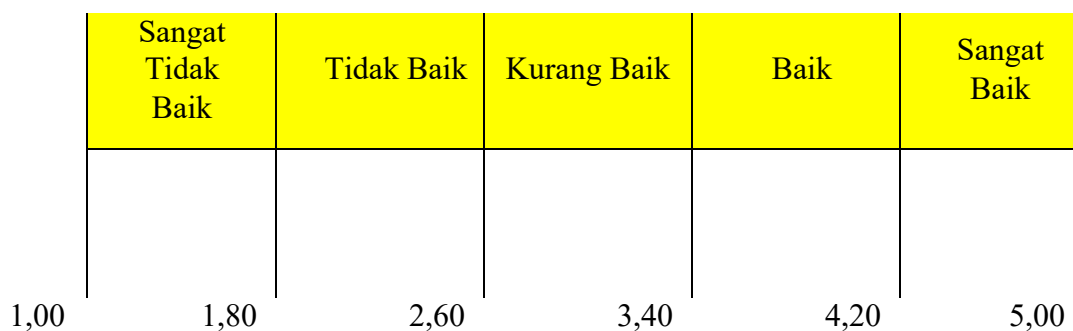
Skala pengukuran menurut Sugiyono (Sugiyono,2021) yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Tafsiran Nilai Rata-Rata**

Interval	Kriteria
1,00-1,80	Sangat Buruk/Sangat Rendah
1,81-2,60	Buruk/Rendah
2,61-3,40	Kurang
3,41-4,20	Baik/Tinggi
4,21-5,00	Sangat Baik/SangatTinggi

Sumber: Sugiyono,2021

Tafsiran nilai rata-rata tersebut dapat diidentifikasi ke dalam garis kontinum. Berikut adalah garis kontinum yang digunakan untuk memudahkan peneliti melihat kategori penilaian mengenai variabel yang diteliti:





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

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2020:329) Analisis verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji sebuah hipotesis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang memiliki kredibilitas.

#### 3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel *independent* ( $X_1, X_2, X_3, \dots X_n$ ) dengan variabel *dependent* ( $Y$ ). analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel *independent* dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel *independent* berpengaruh positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel *independent* mengalami perubahan. Regresi nilai berganda dikatakan jika jumlah variabel bebas (*independent*) sebagai predictor lebih dari satu. Dalam penelitian ini variabel *independent* merupakan Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), sedangkan variabel dependennya adalah Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). berikut merupakan persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi variabel bebas

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Kualitas Pelayanan

$\epsilon$  = *Error*

### 3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda (R)

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), dan Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- R : Koefisien korelasi *Pearson Product Moment*  
n : Jumlah responden  
x : Variabel *Independent*  
y : Variabel *Dependent*

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

1. Jika  $r = 1$  atau mendekati 1

Maka disebutkan terdapat hubungan antara variabel *independent* dan *dependent* yang sangat kuat dan korelasi diantara kedua variabel yang dapat dikatakan positif atau searah.

2. Jika  $r = -1$  atau mendekati -1

Maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel *independent* dan *dependent* negatif atau berlawanan.

3. Jika  $r = 0$  atau mendekati 0

Maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel *independent* dan *dependent* tidak terdapat hubungan korelasi.

Dengan demikian interpretasi dari koefisien korelasi berganda atau seberapa besar pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent dan juga antar variabel independent ( $X_1$  dan  $X_2$ ) diolah menggunakan SPSS 2.6 dengan memperhatikan hasil pada

Output Model Summary (Nilai R) yang berpedoman pada ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018:248) sebagai berikut:

**Tabel 3.5**  
**Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Korelasi</b>
0,000-0,199	Sangat Lemah
0,200-0,399	Lemah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono,2018

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ).

#### 3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara bersamaan. Pengujian ini menggunakan Uji F dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis Simultan

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

$H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Menentukan tingkat signifikansi, yaitu 10% atau 0,1 derajat bebas dengan rumus ( $db$ )  
 $= n - k - 1$ , untuk mengetahui daerah F-tabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

3. Menghitung nilai  $F_{hitung}$  untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r^2$  = Koefisien korelasi ganda telah ditentukan

$k$  = Banyaknya variabel *Independent*

$n$  = Jumlah Responden

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

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

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

- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (signifikan).
- Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak signifikan).

### 3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Uji hipotesis parsial merupakan uji hipotesis puntuk mengetahui tingkat signifikan variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara masing-masing. Variabel *independent* pada penelitian ini adalah kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan kepuasan konsumen ( $Y$ ). Hipotesis parsial dijelaskan dalam bentuk statistik yaitu:

- $H_0 : \beta_1 = 0$** , Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).  
 **$H_1 : \beta_1 \neq 0$** , Terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).
- $H_0 : \beta_2 = 0$** , Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).

**H<sub>1</sub> : β<sub>2</sub> ≠ 0**, Terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji-t dengan tingkat signifikansi 10% atau 0,1 dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

*t*<sub>hitung</sub> = Statistik Uji Korelasi

*r* = Nilai koefisien korelasi *Pearson Product Moment*

*r*<sup>2</sup> = Kuadrat nilai koefisien korelasi *Pearson Product Moment*

*n* = Jumlah responden

Selanjutnya hasil hipotesis *t*<sub>hitung</sub> dibandingkan dengan *t*<sub>tabel</sub> dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan
  - a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.
  - b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.
2. Dengan menggunakan *t*<sub>hitung</sub> dengan *t*<sub>tabel</sub>:
  - a. Jika *t*<sub>hitung</sub> > *t*<sub>tabel</sub>, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima (Signifikan).
  - b. Jika *t*<sub>hitung</sub> < *t*<sub>tabel</sub>, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima (Tidak Signifikan).

### **3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (Kd)**

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap 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 Simultan

Analisis koefisien determinasi simultan (*R-Square*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara simultan, dengan hasil pengolahan menggunakan SPSS 2.6 dapat diamati melalui *Output Model Summary* yang dapat diketahui dengan rumus berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

$R^2$  = Kuadrat dari koefisien korelasi *Pearson Product Moment*

#### 2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial dengan melalui perhitungan hasil pengolahan menggunakan SPSS 2.6 dapat diamati melalui *Output Coefficients* yang dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

$\beta$  = Beta (Nilai *Standardized Coefficients*)

Zero Order = Matriks korelasi variabel *independent* dengan variabel *dependent* hasil olah data SPSS.

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

2. Jika  $K_d$  mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

### 3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Menurut Sugiyono (2018:200) menyatakan bahwa kuesioner berupa pernyataan tertutup serta terbuka. Rancangan kuesioner yang akan dibuat oleh peneliti adalah kuesioner tertutup. Dimana jawaban dibatasi atau telah ditetapkan oleh peneliti dan pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel yang diteliti oleh peneliti yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Rancangan kuesioner yang dibuat adalah kuesioner tertutup dimana pernyataan dan jawaban telah ditentukan sebelumnya, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban pada kolom pernyataan yang sudah disediakan dan item pernyataan berdasarkan indikator variabel penelitian.

Rancangan kuesioner ini menggunakan *skala likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam *skala likert* variabel yang diukur dan 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. Skala pengukuran yang digunakan yaitu *Likert Scale*, dimana setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) Skor 5
- b. Setuju (S) Skor 4
- c. Kurang Setuju (KS) Skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) Skor 2

e. Sangat Tidak Setuju (STS) Skor 1

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

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Ayam Geprek Rempah Panyileukan yang terletak di Komplek Bumi Panyileukan Blok D4 No 6, Panyileukan, Bandung. Penelitian ini berlangsung mulai bulan Maret – September 2022.