

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan metode survei dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data yang penting dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2019:7) pengertian metode survei adalah 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, sifatsifat serta karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum. Dalam menjelaskan kedudukan-kedudukan variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2020:59) yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Metode penelitian deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah nomor satu, dua dan tiga.

Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2020:60) adalah suatu penelitian yang digunakan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan

informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah nomor empat.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti perlu menjelaskan definisi variabel penelitian dan juga memaparkan operasionalisasi variabel penelitian. Karena hal tersebut merupakan suatu aspek yang memberikan informasi mengenai variabel yang tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Variabel-variabel tersebut kemudian dibentuk dalam operasionalisasi variabel berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal yang memiliki nilai yang bermacam-macam. Variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2020:66) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga peneliti akan mendapatkan informasi mengenai hal tersebut dan kemudian peneliti kemudian menarik kesimpulannya.

Penelitian ini memiliki tiga variabel yang akan diuji keterkaitannya dimana terdapat dua variabel bebas yaitu variabel harga, variabel kualitas pelayanan dan variabel terkaitnya yaitu variabel mengenai kepuasan konsumen. Definisi dari masing-masing variabel tersebut diantaranya pada halaman selanjutnya.

1. Harga

Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Fandy Tjiptono (2019:268)

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan kinerja yang satu pihak dapat tawarkan kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak dapat ditoleransi dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun, produksi mungkin terikat atau tidak terikat dengan produk fisik. Kotler and Armstrong dalam jurnal Chriswardana (2021:428)

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dengan harapan. Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Buchari Alma (2019:80).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan tahapan dalam penelitian dimana variabel-variabel yang berada di dalam penelitian ini akan dijelaskan secara jelas dan rinci. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang akan diteliti, Variabel yang akan di teliti yaitu yaitu harga dan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Secara lebih rinci oprasionalisasi variabel dalam penelitian ini pada halaman selanjutnya.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
<p>Harga (X₁)</p> <p>Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu cproduk tertentu.</p> <p>Fandy Tjiptono (2019:268)</p>	Keterjangkauan harga	Harga produk Oclo pada marketplace Shopee yang di tawarkan terjangkau	Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal	1
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang di tawarkan Oclo pada marketplace Shopee sesuai dengan kualitas produk yang didapat	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk yang didapat	Ordinal	2
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga produk Oclo pada marketplace shopee dengan manfaat yang dirasakan	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Ordinal	3
	Daya saing harga	Pemberian potongan harga yang di berikan Oclo pada marketplace Shopee	Tingkat pemberian potongan harga	Ordinal	4
<p>Kualitas pelayanan (X₂)</p> <p>Kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan kinerja yang satu pihak dapat tawarkan kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak dapat ditoleransi dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun, produksi mungkin terikat atau tidak terikat dengan produk fisik.</p>	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Kemudahan mengakses pada <i>marketplace</i> shopee	Tingkat kemudahan mengakses	Ordinal	5
		Keberagaman produk Oclo pada <i>marketplace</i> shopee	Tingkat keberagaman produk	Ordinal	6
	Empati (<i>Empathy</i>)	Karyawan memberikan pelayanan yang sama kepada setiap konsumen	Tingkat kesamaan pelayanan	Ordinal	7
		Karyawan memberikan perhatian kepada konsumen	Tingkat perhatian karyawan	Ordinal	8
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	Tingkat pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	Ordinal	9
		Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi	Tingkat kemampuan karyawan dalam	Ordinal	10

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No	
Kotler and Armstrong dalam jurnal Chriswardana (2021:428)			memberikan informasi			
	<i>Daya tanggap (Responsiveness)</i>	Kecepatan karyawan dalam membalas chat konsumen	Tingkat kecepatan karyawan dalam membalas chat	Ordinal	11	
		Kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen	Tingkat kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen	Ordinal	12	
	<i>Jaminan (Assurance)</i>	Jaminan kualitas produk	Tingkat jaminan kualitas produk	Ordinal	13	
		Jaminan kecacatan produk	Tingkat jaminan kecacatan produk	Ordinal	14	
<p>Kepuasan Konsumen (Y)</p> <p>Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dengan harapan.</p>	Kinerja	Puas atas harga yang sesuai dengan pelayanan yang di berikan Oclo pada <i>marketplace</i> Shopee	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan	Ordinal	15	
		Puas atas kinerja Karyawan dalam melayani konsumen yang diberikan Oclo pada <i>marketplace</i> Shopee	Tingkat kinerja karyawan	Ordinal	16	
		Puas atas pelayanan yang diberikan Oclo pada <i>marketplace</i> shopee	Tingkat pelayanan yang diberikan	Ordinal	17	
	Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Buchari Alma (2019:80)	Harapan	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang didapatkan	Tingkat biaya yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang didapatkan	Ordinal	18
			Pelayanan admin Oclo pada <i>marketplace</i> shopee sesuai dengan harapan konsumen	Tingkat pelayanan sesuai dengan harapan	Ordinal	19
			Keramahan admin Oclo pada <i>marketplace</i> Shopee	Tingkat keramahan karyawan	Ordinal	20

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 3.1 di atas dapat dilihat bahwa operasionalisasi variabel penelitian ini menggunakan dimensi dan tujuannya untuk menemukan variable bermasalah yang akan diteliti. Sedangkan dalam rancangan kuesioner yang terdapat di operasionalisasi variabel disusun menggunakan dimensi, indikator, dan alat ukur untuk membentuk rancangan kuesioner, pada pernyataan di operasionalisasi variabel lebih banyak dibandingkan pernyataan di kuesioner penelitian pendahuluan karena di operasionalisasi variabel peneliti sudah mengetahui variabel yang bermasalah yang diteliti dan di operasionalisasi variabel inilah peneliti lebih memperdalam mengenai rancangan kuisisioner yang akan dibagikan kepada responden.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Populasi merupakan segala sesuatu yang dapat dijadikan objek penelitian dalam penelitian dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data dan untuk mempermudah pengelolaan data dan akan mengambil bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel atau dengan kata lain sampel merupakan bagian dari populasi. Adanya sampel sangat peneliti sehingga tidak perlu meneliti secara keseluruhan populasi cukup sebagian.

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui kriteria dan dapat dikategorikan kedalam objek tersebut berupa manusia. Hal ini selaras dengan pernyataan (Sugiyono, 2020:136) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri

dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. 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 (*Oclo (our clothes) – Store Bandung*) yang telah melakukan pembelian melalui *marketplace* Shopee sebagai berikut:

Tabel 3.2
Data Jumlah Pembelian *Oclo Store Bandung* yang Melakukan Pembelian Melalui *Marketplace* Shopee Tahun 2022

No	Bulan/Tahun 2021-2022	Jumlah Pembeli
1.	Januari	611
2.	Februari	549
3.	Maret	443
4.	April	507
5.	Mei	2012
6.	Juni	738
7.	Juli	560
8.	Agustus	342
9.	September	313
10.	Oktober	239
11.	November	241
12.	Desember	497
Total		7052
Rata-Rata		588

Sumber: Data *Oclo store Bandung* (2022)

Berdasarkan tabel 3.2 menjelaskan bahwa jumlah penjualan *Oclo store Bandung* pada *marketplace* shopee selama periode tahun 2022 mengalami *fluktuasi* dan jumlah transaksi yang cenderung mengalami penurunan.

Dengan demikian maka populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan transaksi selama periode tahun 2022 yaitu sebanyak $7052/12 \text{ bulan} = 588$ orang. Jumlah dibagi 12 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari *Oclo (our clothes) store Bandung*.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel adalah Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penelitian ini tidak menggunakan seluruh anggota populasi, tetapi diambil menjadi sampel hanya sebagian dari populasi saja. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. (Sugiyono, 2020:137).

Penelitian ini merupakan penelitian sampel, bukan penelitian populasi karena- menurut Sugiyono (2020:68) :

“Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 100 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel”.

Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden menggunakan rumus Slovin, sampel yang akan ditentukan oleh peneliti dengan persentasi kelonggaran ketidak telitian adalah sebesar 10% (0,1) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, penggunaan rumus ini akan menghasilkan jumlah sampel yang relatif lebih besar dibanding beberapa rumus lain, sehingga karakteristik dari populasi akan lebih terwakili yang dapat ditunjukkan. (Sugiyono, 2020: 63-64). Rumus Slovin sebagai berikut :

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

Dimana :

N= Jumlah sample yang digunakan

n= Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), 10% (0,1).

Populasi yang teridentifikasi pada penelitian ini adalah jumlah konsumen Oclo (*our clothes*) store Bandung yang melakukan pembelian melalui *Marketplace* Shopee dengan jumlah 588 konsumen dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{588}{1 + 588 (0,1)^2}$$

$n = 85,46$ dibulatkan menjadi 85 orang

Jadi diketahui dari pertimbangan untuk ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85,46 konsumen. Untuk memudahkan perhitungan maka sampel dibulatkan menjadi 85 konsumen dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2020:142) teknik sampling merupakan Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini

adalah nonprobability sampling. Menurut (Sugiyono, 2020:144) *nonprobability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Nonprobability sampling terdiri dari sampling sistematis, *kouta*, *insidental*, *jenuh*, *purposive* dan *snowball sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2018:133) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung dan juga melalui *Google Form* kepada responden perempuan yang pernah membeli produk *Oclo (our clothes) store* Bandung, tentunya dengan menetapkan beberapa kriteria terlebih dahulu, di bawah ini peneliti sajikan karakteristik responden dari *purposive sampling* yang akan digunakan pada halaman selanjutnya.

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis Kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2	Usia Responden	1. < 18 Tahun 2. 18-23 Tahun 3. 24-29 Tahun 4. 30-35 Tahun 5. > 35 Tahun
3	Pekerjaan	1. Pelajar / Mahasiswa 2. Pegawai Negri Sipil 3. Wirausaha 4. Pegawai Swasta 5. Lainnya
4	Pendapatan	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. 4.500.000,-per bulan
5	Motivasi Membeli Produk	1. Memenuhi kebutuhan 2. Membeli karena menarik 3. Membeli secara spontan
6	Frekuensi Membeli Produk (dalam sebulan)	1. <3 kali 2. >3 kali

Sumber : Data Diolah Peneliti (2023)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian yang dilakukan. Menurut Sugiyono (2020:137) jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian, sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian di lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Pengamatan Langsung (*Observasi*)

Observasi dilakukan dengan melakukan penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan keadaan di perusahaan. Peneliti melakukan observasi langsung ke perusahaan Oclo (*our clothes*) store Bandung yang beralamatkan di Jl. Caringin Gg. Cikungkurak No.8, RT.1/RW.8, Babakan Ciparay, Kec. Babakan Ciparay, Kota Bandung, Jawa Barat 40223. Menurut Sugiyono (2020:203) *Observasi* yaitu suatu Teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak Oclo (*our clothes*) store Bandung. Wawancara menurut Sedikit (Sugiyono, 2020:220) digunakan sebagai Teknik pengumpulan data dengan pemimpin atau pihak berwenang atau pihak yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

c. Penyebaran Angket (*Kuesioner*)

Kuesioner akan diberikan kepada konsumen Oclo (*our clothes*) store Bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Penyebaran kuesioner dapat melalui secara tertulis atau digital dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden atau melalui *Google Form* yang disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan. Menurut (Sugiyono, 2020:225) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

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. Penelitian 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.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2018:156) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reabilitas. Uji validitas berkaitan

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

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan salah satu uji yang dilakukan terhadap instrument penelitian. Menurut (Sugiyono, 2020:202) uji validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti atau peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam *instrument* itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor butir dengan skor totalnya.

Terdapat metode untuk mencari nilai korelasi, yakni metode tersebut digunakan guna menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus pada halaman selanjutnya.

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

Keterangan :

r = Koefisien validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek tiap item

y = Skor total instrume

n = Banyaknya responden -

Σx = Jumlah hasil pengamatan variabel X

Σy = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

Σxy = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel X

Σy^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel Y Dasar mengambil keputusan:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrument atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Menurut Sugiyono (2020:204) menyatakan bahwa:

“Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,300 keatas. Maka dari itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,2 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.”

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut (Sugiyono, 2020:209) reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah method *Alpha Cronbach* (CA) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrument 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:

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

Keterangan:

r_{AB} = Korelasi *person product moment*

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

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

$\sum B^2$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan genap

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

1. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *spearman brown* menurut Sugiyono (2021:187) sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_i = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = Korelasi *product moment* antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah di dapat nilai reliabilitas (r_{hitung}) maka nilai tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$: Instrument tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$: Instrument 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 stasistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliable.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Penggunaan metode analisis data dan uji hipotesis agar data yang sudah terkumpul dan akan diolah dapat memperoleh hasil maupun kesimpulan yang akurat dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2020:147) mengemukakan bahwa: “Teknik analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain tekumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk

hipotesis yang telah diajukan”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif, yaitu metode yang bertujuan menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang ada, serta menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan tentang ciri-ciri dari variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2020:53) analisis deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara aktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut: hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan (kuesioner/angket).

Dimana variabel harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan kosumen (Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* menurut Sugiyono (2020:158) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat

dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penggunaan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pernyataan.

Dengan demikian, peneliti membuat pernyataan yang digunakan untuk memperoleh data atau keterangan dari responden yang merupakan konsumen di *Oclo (our clothes) store* Bandung, kemudian data yang diperoleh dari hasil kuesioner diberi bobot dalam setiap alternatif jawaban. Dimana jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, dengan skor paling kecil sampai skor paling tinggi, skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh reponden. Adanya skor ini dapat memberikan masing-masing jawaban pernyataan alternatif pada halaman selanjutnya.

Tabel 3.4
Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
SS (Sangat Setuju)	5	1
S (Setuju)	4	2
KS (Kurang Setuju)	3	3
TS (Tidak Setuju)	2	4
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Sugiyono (2020:160)

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini peneliti akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), dan pernyataan negatif

dengan jawaban 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 kuesioner. Skala *likert* 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 pada garis kontinum menggunakan rumus pada halaman selanjutnya.

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

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

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

Keterangan:

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Rentang Skor = $\frac{5 - 1}{5} = 0,8$

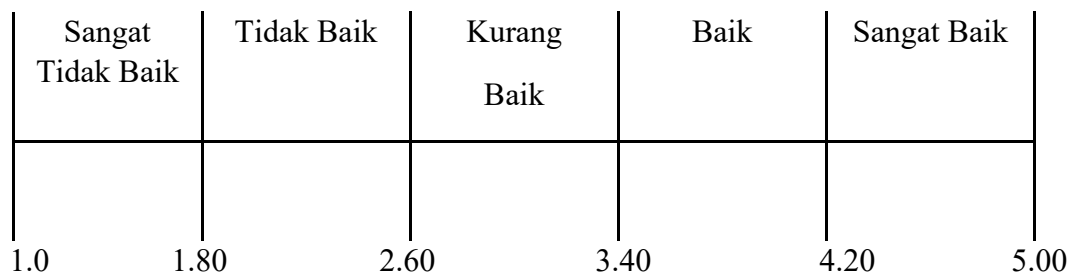
Maka setelah mendapat jarak interval yang telah dihitung ,didapat rentang kategori skala yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kategori Skala

Ordinal	Kriteria
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 : Sugiono (2020:160)

Maka dari itu berdasarkan kategori skala yang terdapat pada Tabel 3.5 dapat diketahui tendensi sentral atau garis kontinum yaitu pada halaman selanjutnya.



Sumber : Sugiono (2020:160)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, sehingga diperoleh hasil yang memperkuat atau menggugurkan teori atau hasil penelitian sebelumnya. Metode kuantitatif (verifikatif) juga merupakan metode pengolahan data dalam berbentuk angka. Selaras dengan pendapat Sugiyono (2020:54) Analisis statistik verifikatif

adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode berikut ini:

3.6.2.1 Method of Successive Interval (MSI)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang didapat masih dalam bentuk skala ordinal. Maka peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan menggunakan teknik *Method of Successive Interval* (MSI). Berikut adalah langkah-langkah *Method of Successive Interval* (MSI) :

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pernyataan).
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.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal.
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumus 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 limit = Kepaduan batas atas

Area under upper limit = Daerah di bawah batas atas

Area under lower limit = Daerah di bawah batas bawah

7. Melakukan transformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai interval dengan rumus:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[sv \text{ min}]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program ibm SPSS for windows untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independen* hubungan antar variabel X_1 (harga) dan X_2 (kualitas pelayanan) terhadap variabel *dependen* Y (kepuasan konsumen), apakah masing-masing variabel *independen* berpengaruh *positif* atau *negatif* terhadap

variabel *dependen* dan untuk memprediksi nilai dari variabel *dependen* apabila nilai variabel *independen* mengalami kenaikan atau perubahan.

Dikatakan regresi linier berganda karena jumlah variabel bebas (*independen*) sebagai prediktor lebih dari satu, maka digunakan persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

a = Bilangan konstanta

b₁ dan b₂ = Koefisien regresi harga dan kualitas pelayanan

X₁ = Variabel bebas (harga)

X₂ = Variabel bebas(kualitas pelayanan)

e = Error atau faktor gangguan lain

Untuk mendapatkan nilai nilai a, b₁ dan b₂ dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Sigma Y = an + b_1 \Sigma X_1 + b_2 \Sigma X_2$$

$$\Sigma X_1 Y = a \Sigma X_1 + b_1 \Sigma X_1^2 + b_2 \Sigma X_1 X_2$$

$$\Sigma X_2 Y = a \Sigma X_2 + b_1 \Sigma X_1 X_2 + b_2 \Sigma X_2^2$$

Setelah mendapatkan nilai nilai dari a, b₁ dan b₂ maka akan diperoleh persamaan Y.

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan antara variabel penelitian yaitu harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Adapun rumus korelasi berganda menurut (2020:278) adalah sebagai berikut :

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

Dimana:

r^2 = Koefisien korelasi berganda

$JK_{(reg)}$ = 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 X_1 , X_2 dan variabel Y .

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

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

Berikut peneliti sajikan pada tabel 3.6 yaitu tafsiran besarnya koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6
Tafsiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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 (2020:278)

Berdasarkan Tabel 3.6 merupakan interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel-variabel tidak bebas agar dapat diketahui dengan jelas, peneliti menggunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2020:184) agar dapat mengetahui tingkat seberapa kuat hubungan antar variabel-variabel penelitian dengan baik.

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), terhadap kepuasan konsumen (Y), 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).

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel *independent* yaitu harga dan kualitas pelayanan sedangkan yang menjadi variabel *dependen* adalah kepuasan konsumen dengan objek penelitiannya yaitu Oclo (*our clothes*) store Bandung. Hipotesis yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Membuat Formulasi Uji Hipotesis

1. $H_0: b_1, b_2 = 0$: Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. $H_0: b_1, b_2 \neq 0$: Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

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 Fhitung untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Kedua hipotesis tersebut kemudian diuji untuk mengetahui apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas (*independent*)

n = Jumlah anggota sampel

F = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel

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

Dari perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K

dan penyebut dk ($n-k-1$) dengan ketentuan sebagai berikut:

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

3.6.3.2 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:

1. Membuat Formulasi Uji Hipotesis
 - a. $H_0 : b_1 = 0$, Tidak ada pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.
 - b. $H_1 : b_1 \neq 0$, Ada pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
 - a. $H_0 : b_2 = 0$, Tidak ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
 - b. $H_1 : b_2 \neq 0$, Ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
3. Menentukan Tingkat Signifikasi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikasi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.
4. Menghitung Uji t-test

Pengujian regresi secara parsial dimaksud apakah variabel bebas berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel dengan rumus menurut Sugiyono (2021:248) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan pada halaman selanjutnya:

t_{hitung} = Statistik Uji Korelasi

n = Jumlah Sampel

r = Nilai Korelasi Parsial

Kemudian hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan t tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan:
 - a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, H_a ditolak.
 - b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
2. Dengan membandingkan t hitung dengan t tabel:
 - a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.6.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel X_1 (harga) dan variabel 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. Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel X_1 (harga) dan variabel X_2 (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu pada halaman selanjutnya.

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat dari koefisien ganda

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi -Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X_1 (harga) dan variabel X_2 (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) secara parsial :

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

Keterangan:

β = Beta (nilai standar *liezed coefficients*)

Zero Order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila:

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

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat.

3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di Oclo (*our clothes*) store Bandung Bandung yang berada di Jl. Caringin Gg. Cikungkurak No.8, Rt.1/Rw.8, Babakan Ciparay Kec.Babakan Ciparay Kota Bandung Barat, Jawa Barat, 40223. Waktu pelaksanaan penelitian selama 3 bulan, berlangsung pada tanggal 16 Januari 2023 sampai 09 April 2023.

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Rancangan kuesioner ini menggunakan skala *likert* (Sugiyono, 2020:93). Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi mengenai fenomena sosial. Penyusunan kuesioner dilakukan untuk mengetahui variabel yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sebagaimana yang tercantum dalam operasionalisasi variabel. Kuisisioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya.

