

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian merupakan suatu alat yang berguna untuk memecahkan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulandata, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen Dunkin Donuts cabang Pengadilan dengan menggunakan metode survei, dimana peneliti melakukannya untuk mendapatkan data yang sesuai, pengumpulandata yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara.

Menurut Sugiyono (2019) survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil. Tujuan penelitian survei adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail dengan latar belakang, sifat-sifat,serta karakteristik yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum. Data penelitian yangdiperoleh tersebut, dianalisis secara kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2019) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis 56

yang telah ditetapkan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2019) metode deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel itu sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel dengan variabel lain. Metode deskriptif ini dipergunakan untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana kualitas produk dan proses terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2019) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Dunkin Donuts cabang Pengadilan.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti perlu menjelaskan definisi dari variabel penelitian yang berkaitan dan juga memaparkan operasionalisasi variabel penelitian,

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2021:64) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu harga (X1), kualitas produk (X2), dan kepuasan konsumen (Y). Definisi masing-masing variabel

sebagai berikut:

1. Harga (X1)

Kotler & Armstrong (2018:249) menyatakan bahwa “Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.

2. Kualitas produk (X2)

Kotler & Armstrong (2018:249) menyatakan bahwa “Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.”

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Kotler & Keller (2018:153) menyatakan bahwa “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.”

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi, dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Menurut Sugiyono (2019) variabel independent (bebas), adalah merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sementara itu, variabel dependent (terikat) adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat. Untuk mengetahui lenih jelas, peneliti sajikan Tabel 3.1 di halaman selanjutnya mengenai operasionalisasi variabel untuk penelitian ini.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Harga (X1) “Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan” Kotler dan Armstrong (2018:249)	Keterjangkauan Harga	Harga produk dunkin donuts dapat dijangkau oleh semua kalangan	Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal	1
		Harga produk dunkin donuts bervariasi sesuai dengan ukuran produk	Tingkat variasi harga sesuai dengan ukuran produk	Ordinal	2
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga produk dunkin donuts sesuai dengan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk yang di dapat	Ordinal	3
		Harga produk dunkin donuts sesuai dengan hasil yang diinginkan	Tingkat kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan	Ordinal	4
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk dunkin donuts sesuai dengan manfaat yang dirasakan	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Ordinal	5
		Harga produk dunkin donuts memiliki manfaat yang lebih baik dibandingkan dengan waralaba donut lainnya	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat produk yang lebih baik	Ordinal	6
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga produk dunkin donuts dapat bersaing dengan waralaba donut lainnya	Tingkat persaingan harga	Ordinal	7
		Harga produk dunkin donuts lebih ekonomis dibandingkan dengan waralaba donut lainnya	Tingkat ekonomis harga	Ordinal	8
Kualitas Produk (X2) “Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan” Kotler dan Armstrong (2018:249)	<i>Performance</i>	Citra rasa produk sangat baik	Tingkat citra rasa produk	Ordinal	9
		Keamanan dalam mengkonsumsi	Tingkat keamanan pada produk	Ordinal	10
	<i>Features</i>	Keistimewaan produk	Tingkat keistimewaan produk	Ordinal	11
		Pilihan menu pada Dunkin Donuts cabang Pengadilan sangat bervariasi	Tingkat banyaknya pilihan menu di Dunkin Donuts cabang Pengadilan	Ordinal	12
	<i>Reliability</i>	Kehandalan dan keindahan warna tampilan produk	Tingkat kehandalan dan keindahan warna tampilan produk	Ordinal	13
		Bahan baku yang segar	Tingkat kesegaran bahan baku		14
	<i>Aesthetic</i>	Estetika kemasan produk	Tingkat keestetikaan desain kemasan	Ordinal	15
		Keindahan dan keunikan plating	Tingkat keindahan dan keunikan plating		16

Lanjutan tabel 3.1

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kepuasan konsumen(Y) “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan” Kotler dan Keller (2018:153)	<i>Performance</i> (kinerja)	Kepuasan pelanggan terhadap harga yang diberikan	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap proses pelayanan yang diberikan	Ordinal	17
		Kepuasan terhadap kualitas produk yang diberikan	Tingkat kepuasan terhadap kualitas produk yang diberikan	Ordinal	18
	<i>Expectation</i> (harapan)	Harga yang diberikan sesuai dengan harapan	Tingkat proses pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan	Ordinal	19
		Kualitas dari produk sesuai dengan harapan	Tingkat kualitas produk sesuai dengan harapan	Ordinal	20

Sumber: Data diolah Peneliti, 2023

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi maka peneliti dapat melakukan pengolahan data.

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Dunkin Donuts cabang Pengadilan adapun jumlah data yang akan peneliti sajikan yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Data Jumlah Pengunjung Dunkin Donuts Cabang Pengadilan 2022

No	Bulan	Jumlah
1.	Januari	1054
2.	Februari	964
3.	Maret	872
4.	April	1231
5.	Mei	1036
6.	Juni	915
7.	Juli	929
8.	Agustus	988
9.	September	897
10.	Oktober	936
11.	November	894
12.	Desember	905
Jumlah		11.621
Rata-rata		968,41

Sumber: Data Internal Dunkin Donuts Cabang Pengadilan

Berdasarkan tabel 3.2 di halaman sebelumnya maka populasi akan diambil dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah pengunjung selama tahun 2022 selama 12 bulan sebanyak $11.621/12 = 968,41$ atau 968 orang.

3.3.2 Sampel

Suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10%

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung pada halaman selanjutnya sebagai berikut:

$$n = \frac{968}{1 + 968(0,1)^2} + \frac{968}{9,69} = 99,89 \text{ atau } 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam

penelitian ini sebanyak 99.89 atau 100 orang. Penelitian ini menggunakan batas kesalahan 10% berarti memiliki tingkat akurasi 90%. Jumlah tersebut akan dijadikan ukuran sampel penelitian di Dunkin Donuts Cabang Pengadlan.

3.3.3 Teknik Sampling

Pada penelitian ini terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat teknik sampling yang digunakan.

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Konsumen	Keterangan
1	Jenis kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2	Usia	1. < 18 Tahun 2. 18 – 23 Tahun 3. 24 – 29 Tahun 4. 30 – 35 Tahun 5. > 35 Tahun
3	Pekerjaan	1. Pelajar 2. Mahasiswa 3. Wirausaha 4. PNS 5. Pegawai Swasta
4	Penghasilan	1. < Rp 1.000.000,- per bulan 2. Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000 per bulan 3. Rp 2.600.000 – Rp 3.500.000 per bulan 4. Rp 3.600.000 – Rp 4.500.000 per bulan 5. >Rp 4.500.000,- per bulan
5	Motivasi Berkunjung	1. Ingin Makan 2. Ingin Santai 3. Bertemu Teman 4. Mengerjakan Tugas
6	Frekuensi Berkunjung	1. 1 Kali per-bulan 2. > 1 kali per-bulan

Sumber : Data diolah Oleh Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 3.3 teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*, menurut Sugiyono (2019)

nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Non Probability Sampling* terdiri dari sampling sistematis, kuota, *insidental sampling*, jenuh, *purposive* dan *snowball sampling*. Pada penelitian ini teknik *non probability sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah *insidental sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2019) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

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

a. Observasi

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung Dunkin Donuts Cabang Pengadilan. Menurut Sugiyono (2019) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak Dunkin Donuts Cabang Pengadilan. Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan fenomena atau permasalahan yang harus diteliti.

c. Kuisisioner

Kuesioner merupakan suatu alat ukur yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian akan dijawab langsung oleh responden, yaitu dalam penelitian ini adalah konsumen Dunkin Donuts Cabang Pengadilan. Menurut Sugiyono (2019) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu jurnal, internet dan buku-buku yang berkaitan dengan objek.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang 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 reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat yang digunakan menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2019) “Pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti”. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Untuk menguji validitas pada setiap 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 (2021:246) sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy}	= Koefisien korelasi <i>pearson product moment</i>
x	= Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
y	= Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
n	= Jumlah responden dalam dalam uji instrumen
$\sum X$	= Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	= Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dari distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dari distribusi Y

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product dan Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil *output* SPSS pada tabel dengan judul item *Total Statistic*. Menilai kevalidan masing- masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2019) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Alpha*

Cronbach (CA), yaitu patokan yang digunakan untuk mendeskripsikan korelasi atau hubungan antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. *Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*.

Berkenaan dengan hal tersebut peneliti melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap 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 = Koefisien korelasi *product moment*

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

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

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

Keterangan :

- r = Nilai Reliabilitas
 r_b = Kolerasi *pearson product moment* antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,07

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), kemudian nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut.

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

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

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data

berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

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, 2019). 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 dan (X_2) = kualitas produk terhadap variabel dependen (Y) = kepuasan konsumen.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel X_1 (Harga), variabel X_2 (Kualitas Produk), dan variabel Y (Kepuasan Konsumen). Menurut Sugiyono

(2019) analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert.

Skala *likert* menurut Sugiyono (2019) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner memiliki 5 jawaban dengan bobot nilai berbeda. Setiap jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pernyataan (item positif hingga negatif). Berikut skor skala likert menurut Sugiyono:

Tabel 3.4
Alternatif Jawaban Skala Likert

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

Sumber : Sugiyono (2019:147)

Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen dan independen diatas dalam operasionalisasi 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. Hasil rekapitulasi jawaban konsumen akan dihitung skor rata-ratanya. Untuk menghitung skor rata-rata menggunakan statistik non parametrik yaitu *mean*. Rumus untuk menentukan kategori skala pada garis kontinum sebagai berikut:

$$\frac{\sum \text{Jumlah Kuisisioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

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

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

Keterangan :

$$\begin{aligned} \text{Nilai minimum} &= 1 \\ \text{Nilai maksimum} &= 5 \\ \text{Interval} &= 5 - 1 = 4 \\ \text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

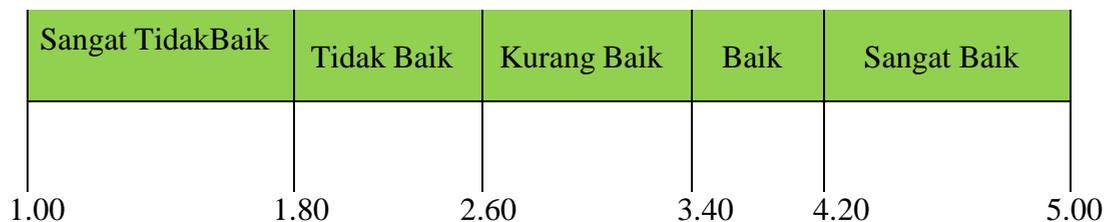
Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui skala tabel yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.5
Kategori Skala

No	Interval	Kategori
1	1,00-1,80	Sangat Tidak baik
2	1,81-2,60	Tidak Baik
3	2,61-3,40	Kurang Baik
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2021)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum seperti yang akan peneliti sajikan pada halaman selanjutnya.



Sumber : Sugiyono (2021)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2019) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis verifikatif pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh harga (X_1) dan kualitas produk (X_2), terhadap kepuasan konsumen (Y). Untuk mengetahui pengaruh tersebut, maka peneliti menggunakan beberapa metode seperti *Method Successive Interval* (MSI), analisis regresi linier berganda, dan analisis korelasi berganda.

3.4.1.1 Method Successive Interval (MSI)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang didapat masih dalam bentuk skala ordinal. Maka harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut 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). Langkah-langkah *Method of Successive Interval* (MSI) akan peneliti sajikan di halaman selanjutnya.

1. Menentukan frekuensi setiap responden
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:

$$sv = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit) - (Area\ under\ lower\ limit)}$$

Keterangan :

SV (Scale Value) : Rata-rata nilai interval

Density at lower limit : Kepaduan batas bawah

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Area under upper limit : Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : Daerah dibawah batas bawah

7. Melakukan transformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai interval dengan rumus yang akan peneliti sajikan sebagai berikut:

$$Y = sv + [k]$$

$$K = 1 [SVmin]$$

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.

3.4.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa “Analisis regresi linear berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah”. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (kepuasan konsumen)

α = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien regresi kualitas produk

b_2 = Koefisien regresi proses

X_1 = Variabel bebas (harga)

X_2 = Variabel bebas (kualitas produk)

e = error

3.4.1.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel harga (X_1), dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

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

Keterangan:

R = Koefisien korelasi berganda

JK (reg) = Jumlah kuadrat regresi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total korelasi

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

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel kualitas produk (X1), proses (X2) dan variabel kepuasan konsumen (Y).

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif. Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Tabel 3.6
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Cukup
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019)

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya.

3.4.1.4 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan *output SPSS*, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi (α)= 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10% seperti yang akan peneliti sajikan

sebagai berikut:

$H_0 : b_1, b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan proses terhadap kepuasan konsumen.

$H_1 : b_1, b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas produk dan proses terhadap kepuasan konsumen.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian di uji untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima, berikut merupakan rumus untuk menguji hipotesis:

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

Keterangan :

R^2 = Kuadrat koefisien

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan

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

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut ($n-k-1$) dengan ketentuan yang sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}(\alpha) = 0.1$, maka H_0 ditolak H_1 diterima.

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}(\alpha) = 0.1$, maka H_0 diterima H_1 ditolak.

3.4.1.5 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. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
 - a. $H_0 : b_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
 - b. $H_0 : b_1 \neq 0$, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh proses terhadap kepuasan konsumen
 - a. $H_1 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh proses terhadap kepuasan konsumen.
 - b. $H_1 : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh proses terhadap kepuasan konsumen.

Untuk menghitung pengaruh parsial digunakan T-test dengan rumus:

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

Keterangan rumus T-test di halaman selanjutnya.

t-hitung = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

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

1. Apabila $T \text{ hitung} \geq T \text{ tabel } (\alpha) = 0,1$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Apabila $T \text{ hitung} \leq T \text{ tabel } (\alpha) = 0,1$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.4.1.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X_1 dan X_2 terhadap variabel Y . Langkah perhitungan analisis koefisien

determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus berikut.

1. Analisis koefisien determinasi berganda (simultan)

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X1 (harga), X2 (kualitas produk), dan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya yaitu:

$$\mathbf{Kd = R^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi *product moment*

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X1 (harga) dan X2 (kualitas produk) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) secara parsial:

$$\mathbf{Kd = b \times Zero\ order \times 100\%}$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

b = Nilai *standardized coefficients*

Zero Order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika $K_d = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah
- b. Jika $K_d = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y kuat.

3.7 Rancangan Kusioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel X1 (harga) dan X2 (kualitas produk) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Tabel 3.7
Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Februari						Maret				April				Mei
		10	11	25	26	27	28	1	2	3	4	1	2	3	4	11
1	Pengajuan Penelitian															
2	Pengumpulan Data															
3	Bimbingan SUP															
4	Seminar Usulan Penelitian															
No	Jenis Kegiatan	Mei		Juni				Juli								
		17	18	1	2	3	4	1	2	3	4					
5	Penyebaran Kuisisioner															
6	Pengolahan Data															
7	Bimbingan Skripsi															
8	Sidang Akhir															

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)