

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Pada sub bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai metode penelitian yang nantinya akan digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini. Metode penelitian merupakan suatu alat yang di dalam pencapaian tujuannya berguna untuk memecahkan masalah penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan permasalahan yang diteliti dengan cara yang sesuai dengan prosedur penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen *distro* Geoff Max dengan menggunakan metode survei, dimana peneliti melakukannya untuk mendapatkan data yang sesuai untuk memecahkan masalah, pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (2021:57) survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah dari data 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 dengan latar belakang, sifat-sifat, serta karakteristik yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum. Data penelitian yang diperoleh tersebut dianalisis secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:16) “metode

kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verikatif. Menurut Sugiyono (2021:64) 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 harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2021:17) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh atau mengetahui hubungan sebab akibat dari hipotesis yang telah diajukan. Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen *distro* Geoff Max.

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, dikarenakan 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 kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan kepuasan konsumen (Y). Variabel – variabel tersebut kemudian disatukan dalam suatu operasionalisasi variabel berdasarkan dimensi, indikator, ukuran serta skala penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2021:67) 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

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*), variabel terikat (*dependent variable*). Adapun Menurut Sugiyono (2021:69) variabel bebas (*independent*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel terikat (*dependent*) menurut Sugiyono (2021:68) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel penelitian yaitu kualitas produk sebagai (X_1), harga sebagai (X_2), dan kepuasan konsumen sebagai (Y). Berikut merupakan definisi dari masing-masing variabel penelitian yang peneliti sajikan pada halaman berikutnya :

1. Kualitas Produk

Menurut Kotler et al (2022:187) *“product quality can be defined as the ability of a product or service to meet or exceed consumer expectations, product quality is very important in marketing because it can affect consumer perceptions of the brand and organization, as well as influence consumer loyalty and business success”*

2. Harga

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

3. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:38) *“Customer satisfaction depends on the product’s perceived performance relative to a buyer’s expectation”*.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menjabarkan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian..Menurut Sugiyono (2021:221) definisi operasional variabel adalah *“segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya”*. Untuk mengetahui lebih jelas, maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel untuk penelitian ini, yang peneliti sajikan pada halaman selanjutnya:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p>Kualitas Produk (X₁) <i>product quality can be defined as the ability of a product or service to meet or exceed consumer expectations, product quality is very important in marketing because it can affect consumer perceptions of the brand and organization, as well as influence consumer loyalty and business success</i> Kotler et al (2022:187)</p>	<i>Features</i>	Jenis dan keragaman produk	Tingkat banyaknya keragaman produk	Ordinal	1
		Keistimewaan dan kelebihan produk	Tingkat Keistimewaan produk	Ordinal	2
	<i>Performance Quality</i>	kegunaan produk	Tingkat kegunaan produk	Ordinal	3
		Kenyamanan dalam memakai produk	Tingkat kenyamanan dalam memakai produk	Ordinal	4
	<i>Form</i>	Kesesuaian ukuran standar produk	Tingkat kesesuaian ukuran standar produk	Ordinal	5
		Kesesuaian warna produk	Tingkat kesesuaian warna produk	Ordinal	6
	<i>Durability</i>	Daya tahan produk	Tingkat daya tahan produk	Ordinal	7
	<i>Realibility</i>	Bahan baku yang berkualitas	Tingkat kualitas bahan baku produk	Ordinal	8
		Kesesuaian bukti fisik tampilan produk	Tingkat kesesuaian bukti fisik produk	Ordinal	9

Lanjutan Tabel 3.1

	<i>Conformance Quality</i>	Kesesuaian kinerja produk	Tingkat kesesuaian kinerja produk	Ordinal	10
	<i>Style</i>	Keunikan dari <i>design</i> produk	Tingkat keunikan <i>design</i> produk	Ordinal	11
		Daya tarik dari <i>design</i> produk	Tingkat daya tarik produk	Ordinal	12
	<i>Customization</i>	Terdapat produk pengganti yang serupa	Tingkat kemiripan produk pengganti	Ordinal	13
	<i>Core Functionaly</i>	Kesesuaian fungsi utama produk	Tingkat kesesuaian fungsi utama produk	Ordinal	14
Harga (X₂) “Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”	Keterjangkauan harga	Harga terjangkau	Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal	15
		Konsumen mampu membeli produk	Tingkat daya beli konsumen dalam membeli	Ordinal	16
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga sesuai dengan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal	17
		Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan	Tingkat kesesuaian ekspektasi konsumen	Ordinal	18
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan manfaat dan seberapa	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal	19

Lanjutan Tabel 3.1

Fandy Tjiptono (2019:210)		besar manfaat yang diberikan produk	Tingkat besar kecilnya manfaat		
	Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing	Harga lebih terjangkau dibandingkan produk lain	Tingkat keterjangkauan harga dibandingkan produk lain	Ordinal	20
		Perbandingan harga dengan produk lain	Tingkat perbandingan harga dengan produk lain	Ordinal	21
Kepuasan konsumen (Y) <i>Customer satisfaction depends on the product's perceived performance relative to a buyer's expectation</i> Kotler dan Armstrong (2018:39)	<i>Performance</i>	Kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang diberikan	Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang diberikan	Ordinal	22
		Kepuasan konsumen terhadap harga yang diberikan	Tingkat kepuasan konsumen terhadap harga yang diberikan	Ordinal	23
	<i>Expectation</i>	Kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen	Tingkat kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen	Ordinal	24
		Harga sesuai dengan harapan konsumen	Tingkat kesesuaian harga dengan apa yang diharapkan konsumen	Ordinal	25

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. Untuk mempermudah penelitian ada yang disebut sampel, yaitu bagian dari populasi. Populasi digunakan untuk menyebutkan elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian. Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai pengertian dan penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2021:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *distro* Geoff Max, adapun jumlah data konsumen *distro* Geoff Max yang akan peneliti sajikan yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2
Data Jumlah Pengunjung *distro* Geoff Max Tahun 2022

No	Bulan	Data Pengunjung
1	Januari	432
2	Februari	397
3	Maret	223
4	April	1052
5	Mei	773
6	Juni	324
7	Juli	464
8	Agustus	729
9	September	283
10	Oktober	538
11	November	512
12	Desember	492
Total		6219
Rata-rata pengunjung		518,67

Sumber: Data Internal Geoff Max 2022

Berdasarkan tabel 3.2 pada halaman sebelumnya dapat dilihat bahwa pengunjung distro Geoff Max mengalami kenaikan dan penurunan selama tahun 2022. Populasi akan diambil dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah pengunjung selama tahun 2022 sebanyak $6219/12 = 518,67$ atau 519 orang. Jumlah dibagi dengan 12 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari *distro* Geoff Max di Kota Bandung.

3.3.2 Sampel

Jumlah populasi yang sangat banyak terkadang mengakibatkan penelitian tidak dapat dilakukan secara menyeluruh. Untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2021:127) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (mewakilkkan). 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 di halaman sebelumnya, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{6.219}{1 + 6.219 (0,1)^2} + \frac{6.219}{62,20} = 99,98 \text{ atau } 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Penelitian ini menggunakan batas kesalahan 10% berarti memiliki tingkat akurasi 90%. Jumlah tersebut akan dijadikan ukuran sampel penelitian pada *distro* Geoff Max di Kota Bandung

3.3.3 Teknik sampling

Pada penelitian ini terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2021:128) menjelaskan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat teknik sampling yang digunakan oleh peneliti.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, menurut Sugiyono (2021:131) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Nonprobability* 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 (2021:133) *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. Selanjutnya peneliti akan memaparkan karakteristik sampel responden dari teknik *insidental* sampling yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Table 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 Berbelanja 2. Ingin Melihat – lihat 3. Ingin Mencoba Pakaian
6	Frekuensi Berkunjung	1. 1 kali per-bulan 2. > 1 kali per-bulan 3. < 1 kali per-bulan

Sumber : Data diolah Oleh Peneliti, 2023

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 (2021:296) 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 dilapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Observasi

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung Pada *distro* Geoff Max di Kota Bandung. Menurut Sugiyono (2021:298) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak *distro* Geoff Max di Kota Bandung. Menurut Sugiyono (2021:304) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan fenomena atau permasalahan yang harus diteliti.

c. Survei

Metodologi survei yaitu mempelajari pengambilan sampel unit individu dari suatu populasi yaitu dalam penelitian ini adalah konsumen *distro* Geoff Max

di Kota Bandung. Menurut Sugiyono (2021:36) survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis.

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 literatur adalah usaha untuk menggunakan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu jurnal, internet dan buku-buku yang berkaitan dengan variabel dan objek yang akan diteliti.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan 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 dan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman suatu pernyataan.

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 (2021:175) “Pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti”. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku. Menurut Sugiyono (2021:246) 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 *pearson product moment*

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 (2021:180) 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 (*Statiscal Product dan Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil *output* SPSS pada tabel dengan judul item *Total Statistic*. Menilai kevalidan masing - masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2021:176) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum

digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*.

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

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 = Koefisien kolerasi *product moment*

A = Variavel nomor ganjil

B = Variabel nomor ganjil

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

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

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran 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 (rb hitung), kemudian nilai reliabilitas instrumen (rb 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. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2021:207). 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) = Kualitas produk dan (X_2) = harga terhadap variabel dependen (Y) = proses Kepuasan konsumen.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan 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 (kualitas produk), variabel X_2 (harga), dan variabel Y (kepuasan konsumen). Menurut Sugiyono (2021:64) analisis deskriptif adalah

penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih 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 (2021:146) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pernyataan (item positif hingga item negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh responden. Adanya skor ini dapat memberikan masing - masing jawaban pernyataan alternatif. Berikut terdapat 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 (2021:147)

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 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-rata untuk menghitung skor rata-rata menggunakan statistik non parametrik yaitu mean. Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

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

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:

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

Keterangan :

$$\text{Nilai minimum} = 1$$

$$\text{Nilai maksimum} = 5$$

$$\text{Interval} = 5 - 1 = 4$$

$$NJI (\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

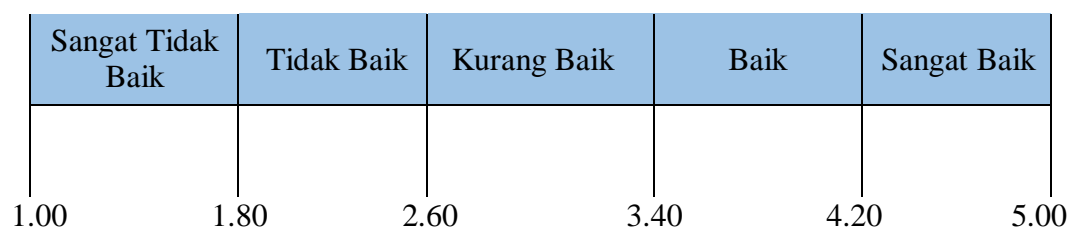
Berdasarkan hasil perhitungan pada halaman sebelumnya, dapat diketahui skala tabel yaitu sebagai berikut :

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 sebagai berikut:



Sumber: Sugiyono (2021)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2021:17) 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 kualitas produk (X_1) dan harga (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. Berikut peneliti memaparkan beberapa metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6.2.1 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)*. 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:

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

Keterangan :

<i>SV (Scale Value)</i>	: Rata-rata nilai interval
<i>Density at lower limit</i>	: Kepaduan batas bawah
<i>Density at upper limit</i>	: Kepaduan batas atas
<i>Area under upper limit</i>	: Daerah dibawah batas atas
<i>Area under lower limit</i>	: Daerah dibawah batas bawah

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

$$Y = sv + [k]$$

$$K = 1[SVmin]$$

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.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan peneliti untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2021:213) menyatakan bahwa Analisis regresi linear berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) dua variabel bebas atau lebih yang terdiri dari kualitas produk (X_1)

dan harga (X_2) dengan variabel terikat kepuasan konsumen (Y). Berikut ini persamaan dari regresi linear berganda yaitu 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 (kualitas produk)

X_2 = Variabel bebas (harga)

e = Tingkat kelasahan (standard error)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel kualitas produk (X_1), dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Analisis ini bertujuan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain yakni variabel X terhadap variabel Y .

$$R = \frac{JK (reg)}{\Sigma Y^2}$$

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 (X_1), harga (X_2) 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 (2021:248)

3.6.2.4 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 X_1 (kualitas produk), X_2 (harga), dan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya yaitu:

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

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi *product moment*

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis koefisien determinasi parsial

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

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

b = Nilai *standardized coefficients*

Zero order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Jika $Kd = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y , lemah
2. Jika $Kd = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y kuat.

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk (X_1), harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y), secara simultan dan parsial.

3.6.3.1 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. Untuk menguji kedua hipotesis digunakan uji statistik F.

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%, ditentukan sebagai berikut :

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

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

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

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

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 sebagai

berikut :

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

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

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. 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. 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 harga terhadap kepuasan konsumen
 - a. $H_1 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
 - b. $H_1 : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

Untuk menghitung pengaruh parsial tersebut maka digunakan lah T-test dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

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

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel X_1 (kualitas produk) dan X_2 (harga) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di *distro* Geoff Max , Jl. Trunojoyo No.15, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat. Peneliti melakukan penelitian kepada konsumen *distro* Geoff Max. Peneliti juga telah membuat *time schedule* penelitian yang selanjutnya akan peneliti sajikan pada halaman selanjutnya.

Tabel 3.7
Time Schedule Penelitian

NO	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan Penelitian							
		Mei				Juni			
		Minggu Ke							
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan Penelitian								
2	Perencanaan								
3	Pengolahan Data								
4	Penyusunan Laporan								
5	Persiapan Sidang Juli								

Sumber: *Time Schedule* Peneliti 2023