

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Metode penelitian diperlukan dalam sebuah penelitian untuk memecahkan suatu permasalahan guna mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian yang dilakukan ini peneliti menggunakan metode penelitian survei. Menurut Sugiyono (2022:57) “Penelitian 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 tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan”. Tujuan penelitian survei untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Metode bagi suatu penelitian sebagai salah satu cara yang ditempuh dalam mencapai tujuan dan untuk memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2022:2) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Pengumpulan data yang dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dalam penelitian. Terdapat dua jenis metode, yaitu metode deskriptif dan

verifikatif. Metode deskriptif menurut Sugiyono (2022:64) 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. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab perumusan masalah nomor satu hingga tiga, yaitu untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Metode penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2022:65) adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain, dalam penelitian ini akan menguji rumusan masalah nomor 4 (Empat), yaitu untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga terhadap kepuasan pelanggan *green bean Puntang Coffee* baik secara langsung maupun tidak langsung.

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

Penelitian menggunakan beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan sebelum pengumpulan data. Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai definisi dan ukuran yang digunakan untuk setiap variabel penelitian baik variabel independen, dan dependen. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

### 3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Definisi variabel penelitian merupakan ekstraksi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2022:68) variabel penelitian adalah suatu karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau di observasi yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dijadikan pelajaran dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau mulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Variabel ini melibatkan tiga variabel, yang menjadi variabel bebas (*independent*) yaitu Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan variabel terikat (*Dependent*) yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel-variabel yang ada di dalam penelitian ini dapat didefinisikan banyak menurut para ahli yang menjabarkan pengertian variabel-variabel sebagai berikut:

#### 1. Kualitas Produk (X1)

Menurut Fandy Tjiptono yang dikutip oleh Hernikasari et al (2022:332) menyatakan definisi kualitas produk yaitu berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan

keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk memenuhi harapan pelanggan.

## 2. Harga (X2)

Menurut Kotler yang dikutip dalam buku Ritonga et al (2018:102) “harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.

## 3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Kotler & Keller dalam buku Adhari (2021:42) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang (pelanggan) yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya tidak sesuai ekspektasi pelanggan, maka mereka akan kecewa. Begitupun sebaliknya, jika sesuai dengan ekspektasi pelanggan, mereka akan merasa puas.

### 3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Penelitian perlu untuk membuat sebuah operasionalisasi variabel penelitian agar memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden. Dengan adanya operasionalisasi variabel penelitian dapat membantu dalam menentukan dimensi, indikator, ukuran dan skala yang digunakan dari setiap variabel penelitian. Selain itu, operasionalisasi variabel berguna agar penelitian ini tetap berada sesuai dengan konteks yang ada pada variabel-variabel penelitian.

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

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<b>Kualitas Produk (X1)</b>  “Kualitas produk yaitu berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk memenuhi harapan konsumen”.  Fandy Tjiptono dalam Hernikasari et al (2022:332)	Kinerja	Ketelitian dalam memproses produk	Tingkat, konsistensi dan ketelitian dalam memproses produk	Ordinal	1
		Keamanan dalam memproses produk	Tingkat keamanan dalam memproses produk	Ordinal	2
	Daya tahan	Daya tahan dalam penyimpanan jangka waktu yang lama	Tingkat ketahanan dalam penyimpanan produk jangka waktu yang lama	Ordinal	3
	Fitur (kesitimewaan tambahan)	Fitur tambahan yang ada pada produk	Tingkat fitur yang memiliki pilihan proses bagi pelanggan	Ordinal	4
		Pengawasan kualitas dan desain standar karakteristik produk	Tingkat pengawasan kualitas spesifikasi produk	Ordinal	5
	Kesesuaian dan spesifikasi	Karakteristik desain memenuhi standar produk	Tingkat desain yang memenuhi standar produk	Ordinal	6

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		Kesesuaian kinerja produk yang telah sesuai standar	Tingkat kinerja produk yang telah memenuhi standar	Ordinal	7
	Estetika	Keindahan penampilan dalam pengemasan	Tingkat keindahan penampilan dalam pengemasan	Ordinal	8
	Kehandalan	Kehandalan dan tingkat konsistensi kualitas produk	Tingkat kehandalan, konsistensi kualitas produk	Ordinal	9
		Kehandalan dan konsistensi kualitas rasa produk	Tingkat kehandalan, konsistensi kualitas rasa produk	Ordinal	10
	Kemampuan pelayanan	Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang ingin membeli produk sangat baik	Tingkat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang ingin membeli produk sangat baik	Ordinal	11
	Kesan kualitas	Kesan kualitas produk yang diberikan untuk pelanggan	Tingkat kesan kualitas produk	Ordinal	12

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p><b>Harga (X2)</b></p> <p>Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.</p> <p>Kotler yang dikutip dalam buku Ritonga et al. (2018:102)</p>	Keterjangkauan harga	Harga yang ditawarkan terjangkau	Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal	13
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapat	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk yang didapat	Ordinal	14
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Ordinal	15
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Pemberian potongan harga produk	Tingkat pemberian potongan harga produk	Ordinal	16
<p><b>Kepuasan pelanggan (Y)</b></p> <p>Kepuasan pelanggan (<i>customer satisfaction</i>) adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan atau outcome produk yang dirasakan dalam</p>	Kinerja	Puas atas kinerja produk yang diberikan	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal	17
		Puas atas harga yang sesuai dengan produk yang diberikan	Tingkat kinerja produk yang diberikan	Ordinal	18
		Puas atas pelayanan yang diberikan	Tingkat pelayanan yang diberikan	Ordinal	19
	Harapan	Produk sesuai dengan harapan	Tingkat produk sesuai dengan harapan	Ordinal	20

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
hubungannya dengan harapan seseorang.  Halim et al (2021:156)		Keramahan dan kesopanan saat transaksi	Tingkat biaya yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang didapatkan	Ordinal	21
		Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang didapatkan	Tingkat keramahan dan kesopanan saat transaksi	Ordinal	22

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis, 2023

### 3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dan sampel dalam suatu penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian untuk memudahkan penelitian, menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran atau merupakan keseluruhan objek penelitian. Sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022:126), mendefinisikan populasi sebagai berikut, populasi adalah wilayah atau generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk



dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan Puntang *Coffee*. Berikut data transaksi Puntang *Coffee* pada tahun 2022.

**Tabel 3.2 Data Jumlah Pelanggan Puntang *Coffee* dengan Transaksi Pembelian Produk *Green Bean* minimal 100 Kg Tahun 2015-2022**

No	Tahun	Jumlah
1.	2015	8
2.	2016	10
3.	2017	16
4.	2018	19
5.	2019	28
6.	2020	29
7.	2021	30
8.	2022	33

Sumber: Data Internal Puntang *Coffee*

Berdasarkan tabel 3.2 jumlah pelanggan dengan transaksi pembelian minimal 100 kg *green bean* Puntang *Coffee* mengalami perbedaan setiap tahunnya, dimana terlihat kenaikan jumlah pelanggan dengan transaksi pembelian *green bean* minimal 100 kg tertinggi berada pada tahun 2019 dengan kenaikan sebesar 48% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Namun, jumlah pelanggan terbanyak justru berada di tahun 2022 dimana terdapat 33 pelanggan dengan transaksi pembelian minimum 100 kg *green bean* Puntang *Coffee*.

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dengan cara atau prosedur tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap dapat menggambarkan populasi secara tepat. Menurut Sugiyono (2022:127) sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini seluruh anggota populasi dijadikan sampel, karena jumlahnya yang kurang dari 100. Menurut Sugiyono (2022:134) penelitian yang dilakukan pada populasi dibawah 100 sebaiknya dilakukan dengan sensus, sehingga seluruh anggota populasi tersebut dijadikan sampel sebagai subjek yang dipelajari atau sebagai responden pemberi informasi. Maka Jumlah sampel dalam penelitian ini sesuai dengan data pada tabel 3.2 yaitu sebanyak 33 orang sampel, sehingga seluruh populasi dijadikan sampel.

**Tabel 3.3 Data Pelanggan Puntang *Coffee* dengan Transaksi Pembelian Produk *Green Bean* minimal 100 Kg Puntang *Coffee* Tahun 2022**

No	Nama Pelanggan
1	Kopi Mage
2	Kieta Roastery
3	Fugol Coffee roaster
4	Makmur Jaya Coffee
5	A Roastwork
6	Mera Manis Coffee roaster
7	Flag Coffee
8	Sumber Anugerah Rasotery
9	Miss Ibu Roastery
10	Pull and Shot
11	Bersulang Coffee

No	Nama Pelanggan
12	Catur Coffee Company
13	Two Hands Full Coffee Roaster
14	Wheels Coffee Roaster
15	Bb Roastery
16	Three Folks Ice cream & Coffee
17	Kozi Coffee
18	Instinct Roastery
19	Coffee Some
20	People Temple Roastery
21	Hobbs Coffee Roaster
22	Koeslans Coffee Roastery
23	Panna Coffee
24	161 Roastery
25	Wisang Kopi
26	The Droom Coffee
27	Contras Coffee & Roastery
28	Rumah Sangrai bloom
29	Fow Coffee
30	Seiasekata Roastery
31	Drama Coffee Roastery
32	Dr Ells Coffee
33	On Ward Coffee Company

### 3.3.3 Teknik *Sampling*

Menurut Sugiyono (2022:135), teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang dapat digunakan dalam penelitian. Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non-probability Sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*.

Menurut Sugiyono (2022:131) “*Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”. Berikut adalah data mengenai karakteristik responden :

**Tabel 3.4 Karakteristik Responden**

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1.	Jenis Kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2.	Usia	1. 18-23 Tahun 2. 24-29 Tahun 3. 30-35 Tahun 4. >35 Tahun
3.	Pendidikan	1. SMA 2. Ahli Madya (D3) 3. Strata Satu (S1)
4.	Pekerjaan	1. Pengusaha 2. Pekerja lepas 3. Pegawai Negeri Sipil 4. Lainnya
5.	Penghasilan	1. < Rp. 1.000.000 2. 1.000.000-3.500.000 3. 3.600.000-6.000.000 4. > 6.100.000
6.	Frekuensi Pembelian (dalam satu bulan)	1. < 1 kali 2. > 1 kali

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis, 2023

Berdasarkan data pada tabel 3.3 dapat dijelaskan mengenai batasan karakteristik orang yang akan menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan metode *Non-probability Sampling*. *Nonprobability Sampling* memiliki berbagai jenis mulai dari *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling accidental*, *sampling purposive*, *sampling jenuh*, *snowball sampling* dan *sensus/sampling total*. Teknik *Non-probability Sampling* yang digunakan dalam

penelitian ini adalah jenis *sampling sensus/sampling total*. Menurut Sugiyono (2022:134) penelitian yang dilakukan pada populasi dibawah 100 sebaiknya dilakukan dengan sensus, sehingga seluruh anggota populasi tersebut dijadikan sampel sebagai subjek yang dipelajari atau sebagai responden pemberi informasi.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Sugiyono (2022:296) mendefinisikan teknik pengumpulan data sebagai langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, pengumpulan data dapat menggunakan data primer atau data sekunder. Dilihat dari teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Data Primer**

Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan survei langsung kepada pelanggan *green bean Puntang Coffee* maupun pihak internal *Puntang Coffee* sebagai objek penelitian. Tujuan penelitian lapangan ini adalah untuk memperoleh data yang akurat. Adapun data yang diperoleh dengan cara penelitian meliputi.

##### **a. Wawancara**

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data dari pengamatan langsung ke lapangan dengan mengadakan tanya jawab kepada pelanggan dan pihak internal

Puntang *Coffee*. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pelanggan *green bean Puntang Coffee*.

b. Observasi Peneliti

Observasi peneliti dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti guna mengetahui permasalahan yang sebenarnya.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat angket yang berisi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab agar memperoleh data-data yang objektif.

## 2. Data Sekunder

Data ini merupakan data pendukung yang berhubungan atau berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dan diperoleh dari berbagai pilihan data sekunder yang meliputi :

a. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Data-data ini diperoleh dengan mengumpulkan informasi melalui buku ataupun karya tulis ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

b. Jurnal Penelitian

Data-data yang diperoleh dari sumber jurnal ilmiah yang menjadi data pendukung yang berasal dari penelitian terdahulu dan berkorelasi dengan variabel yang sedang diteliti.

c. Internet

Data-data diperoleh dengan cara mencari informasi yang berhubungan dengan permasalahan penelitian baik melalui jurna maupun karya tulis ilmiah yang disajikan di internet.

### **3.5 Uji Instrumen Penelitian**

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

#### **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 (2022:175) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan

tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat diukur untuk mengukur apa seharusnya diukur. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara analisis faktor, yaitu mengkorelasikan antara skor butir soal dengan total dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut :

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

**Keterangan :**

$r$  = Koefisien korelasi *product moment*

$R$  = Koefisien validitas item yang dicari

$X$  = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

$y$  = Skor total instrumen

$n$  = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum X$  = Jumlah hasil pengamatan variabel  $X$

$\sum Y$  = Jumlah hasil pengamatan variabel  $Y$

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

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor  $X$

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

Dasar pengambilan keputusan :



- a. Jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ , maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ , maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Menurut pendapat Sugiyono (2022:180) untuk mencari validitas sebuah item, dilakukan dengan mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product and Service Solution*).

### 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. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk di uji reliabilitas. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono 2022:176).

Metode yang akan 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 *spearman brown*, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

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 :

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

Keterangan :

$r$  = Koefesien 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 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 :

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

Keterangan :

$r$  = Nilai reliabilitas

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

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:

- a. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b. 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 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 persentase.

Menurut pendapat Sugiyono (2022:207) menyatakan bahwa 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. Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan 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, ( $X_2$ ) = Persepsi harga terhadap variabel dependen ( $Y$ ) = Kepuasan pelanggan.

### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fakta tentang ciri-ciri variabel yang ada secara aktual dan sistematis. Peneliti mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden berdasarkan hasil pengoperasian variabel yang telah dilakukan sebelumnya. Setiap item dari kuesioner tersebut diukur menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2022:146) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi

seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penggunaan skala *likert* maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen. dimana alternatifnya berbentuk sebuah pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* memiliki gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing- masing jawaban alternatif. Seperti pada tabel yang disajikan berikut ini :

**Tabel 3.5**  
**Alternatif Jawaban dengan Skala Likert**

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

Sumber : Sugiyono (2022:147)

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat tidak 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. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya peneliti gambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya:

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

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

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

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Nilai jenjang interval =  $\frac{5-1}{5} = 0,8$

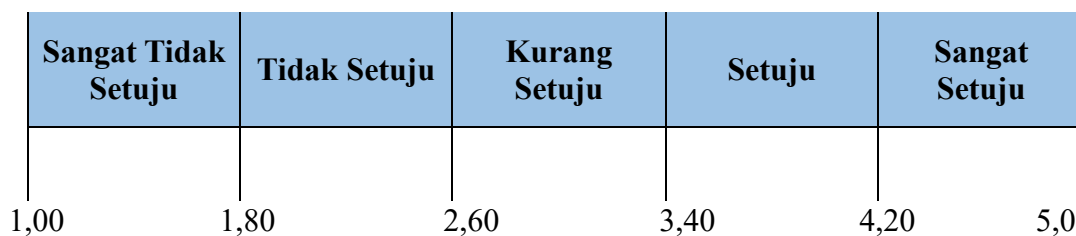
Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat ditentukan kategori skala seperti berikut :

**Tabel 3.6 Skala Kategori**

Skala	Kategori
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 : Sugiyono (2022:148)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum adalah sebagai berikut :

**Gambar 3.1 Garis Kontinum**

Sumber : Sugiyono (2022:148)

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Sugiyono (2022:54) mengemukakan bahwa : ”Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak”. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Persepsi Harga (X2)

terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh tersebut, maka 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)**

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner masih berupa skala ordinal. Peneliti harus mengubah data dari skala ordinal ke skala interval. Hal ini karena peneliti menggunakan berbagai metode analisis linier saat mengolah data. Data dengan skala ordinal harus diubah kedalam skala interval (MSI) sebelum data dapat dianalisis menggunakan metode analisis linier berganda. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z
6. Menentukan nilai skala (*scale value/SV*)



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

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 selanjutnya adalah dengan menggunakan media komputerisasi, yaitu menggunakan SPSS for windows untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

### 3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Persepsi Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

$\alpha$  = Bilangan konstanta

b = Koefisien regresi, merupakan besarnya perubahan variabel terikat akibat perubahan tiap-tiap unit variabel bebas

$X_1$  = Variabel bebas Kualitas Produk

$X_2$  = Variabel bebas Harga

$\Sigma$  = Tingkat kesalahan (*standard error*)

### 3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda dilakukan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel penelitian yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Persepsi Harga ( $X_2$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ). Kekuatan hubungan antar variabel tersebut dapat disebut Koefisien Korelasi. Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat/tidaknya hubungan linier antar dua variabel. Berikut ini rumus dari korelasi berganda yang digunakan ialah :

$$R^2 = \frac{JK \text{ regresi}}{\Sigma y^2}$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefesien korelasi berganda

$JK \text{ regresi}$  = Jumlah kuadrat regresi

$\Sigma y^2$  = Jumlah kuadrat total kolerasi

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

Apabila  $r = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Persepsi Harga ( $X_2$ ) dan variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) Apabila  $r = -1$ , artinya

terdapat hubungan antara variabel negatif. Apabila  $r = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan kolerasi.

**Tabel 3.7**  
**Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi**

Interval koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2022:248)

### 3.6.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Persepsi Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

#### 1. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X1 (Kualitas Produk) dan X2 (Harga) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya. rumus untuk menghitung koefisien determinasi yang telah dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi *product moment*

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

## 2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Adapun koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi parsial :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

$\beta$  = Nilai *standardized coefficients*

*Zero Order* = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

Kriteria-kriteia untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

### **3.7 Rancangan Kuesioner**

Kuesioner merupakan sebuah 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 Kualitas Produk (X1) dan Persepsi Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) 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**

Penelitian ini dilakukan di Puntang *Coffee* Jl. Raya Puntang KM 31 Palalangan, Cimaung, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Adapun waktu penyelesaian penelitian ini terhitung mulai dari bulan Januari 2023 S/D Agustus 2023.