

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian yang dilakukan ini peneliti menggunakan metode penelitian survei dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data yang penting dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2021:2) metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan permasalahan yang diteliti dengan cara yang sesuai prosedur penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen Havana Frozen Food cabang Cikutra 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 besarmaupun 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 instrumen 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 verifikatif. 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 digunakan untuk mengetahui Harga, *People* dan kepuasan konsumen yang menjawab rumusan masalah nomor 1 (satu) sampai nomor 3 (tiga). 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 penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah nomor 4 (empat), yang tentunya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan *People* terhadap kepuasan konsumen Havana *Frozen Food* cabang Cikutra.

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

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 Harga (X1), *people* (X2) dan Kepuasan konsumen (Y). Variabel – variabel tersebut kemudian disatukan dalam suatu operasionalisasi variabel berdasarkan dimensi, indikator, ukuran sertaskala 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 *dependent* (terikat). Sedangkan variabel terikat (*dependent*) menurut Sugiyono (2021:68) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu harga (X1), *people* (X2), dan kepuasan konsumen (Y). Berikut merupakan definisi dari masing-masing variabel bebas, yaitu :

#### 1. Harga (X1)

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”.

## 2. *People* (X2)

Menurut Fandy Tjiptono (2018:62) *people* atau orang dapat diartikan bahwa semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli,

Setelah mengetahui definisi dari variabel bebas, maka berikut ini adalah definisi dari variabel terikat dalam penelitian, yaitu:

### 1. Kepuasan Konsumen (Y)

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

## 3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel digunakan untuk menjabarkan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indicator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasional variabel penelitian. Manfaat definisi operasional variabel untuk mengidentifikasi kriteria yang dapat diobservasi sehingga memudahkan observasi atau pengukuran terhadap variabel.

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 kemudia ditarik kesimpulannya”. Untuk mengetahui lebih jelas, maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 mengenai operasional variabel untuk penelitian ini, yang peneliti sajikan pada halaman selanjutnya:

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>No Item</b>
<p><b>Harga (X1)</b></p> <p>Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa</p> <p>Fandy Tjiptono (2019:210)</p>	Keterjangkauan harga	Harga yang ditawarkan terjangkau	Tingkat keterjangkauan harga produk	Ordinal	1
		Kemampuan dalam membeli produk	Tingkat kemampuan konsumen dalam membeli produk	Ordinal	2
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk yang didapat	Ordinal	3
		Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan konsumen	Tingkat kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan konsumen	Ordinal	4
	Daya saing harga	Pemberian potongan harga	Tingkat pemberian potongan harga	Ordinal	5
		Harga terjangkau dibandingkan pesaing	Tingkat perbandingan harga dengan harga produk pesaing	Ordinal	6
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Ordinal	7
		Harga yang ditawarkan memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan	Tingkat harga yang ditawarkan memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	8
<p><b>People (X2)</b></p> <p><i>people</i> atau orang dapat diartikan bahwa semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli,</p> <p>Fandy Tjiptono (2016:62)</p>	Kompetensi	Kecepatan kerja karyawan dalam melayani konsumen	Tingkat Kecepatan kerja karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	9
		Karyawan memiliki inisiatif dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	Tingkat Inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	Ordinal	10
	Kesopanan	Karyawan melayani dengan sangat sopan	Tingkat kesopanan Karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	11
		Karyawan melayani dengan sangat ramah.	Tingkat Keramahan karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	12
	Selektif	Karyawan Mampu Menjawab Pertanyaan Konsumen	Tingkat kemampuan karyawan untuk menjawab pertanyaan konsumen	Ordinal	13
		Ketepatan Karyawan dalam melaksanakan	Tingkat Ketepatan Karyawan dalam melaksanakan	Ordinal	14

		tugasnya	tugasnya		
	Komunikatif	Karyawan memberikan informasi produk pada menu dengan sangat jelas	Tingkat kemampuan Karyawan dalam memberikan informasi produk pada menu	Ordinal	15
		Karyawan menyampaikan informasi produk pada menu dengan Bahasa yang baik	Tingkat kemampuan Karyawan dalam memberikan informasi produk pada menu dengan bahasa yang baik	Ordinal	16
<b>Kepuasan Konsumen (Y)</b>  <i>“customer satisfaction depends on the product’s perceived performance relative to a buyer’s expectation”</i>  Kotler dan Amstrong (2018:130)	Kinerja	Kepuasan pada harga yang ditawarkan	Tingkat kepuasan pada harga yang diberikan	Ordinal	17
		Kepuasan pada kinerja karyawan yang diberikan	Tingkat kepuasan pada kinerja karyawan yang diberikan	Ordinal	18
	Harapan	Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan produk yang dijual	Tingkat kesesuaian harga yang ditawarkan	Ordinal	19
		Kesesuaian kinerja Karyawan dalam melayani	Tingkat Kesesuaian kinerja People (Karyawan) yang diberikan	Ordinal	20

Sumber : Olah data oleh peneliti 2023

### 3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu peneliti dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian. Untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Sampel merupakan elemen- elemen atau unit-unit dari

populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

### 3.3.1 Pengertian Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2021:126) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Havana *Frozen Food* Cabang Cikutra, Bandung.

**Tabel 3. 2**  
**Jumlah Pengunjung Havana Frozen Food cabang Cikutra**

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Januari	201
2	Februari	188
3	Maret	194
4	April	196
5	Mei	172
6	Juni	165
7	Juli	157
8	Agustus	166
9	September	159
10	Oktober	167
11	November	160
12	Desember	158
<b>Jumlah</b>		2.083
<b>Rata-rata</b>		173,5

Sumber: Management Havana *Frozen Food*

Berdasarkan tabel 3.2 di atas, maka jumlah rata-rata populasi Havana *Frozen Food* Cabang Cikutra, Bandung adalah sebanyak 2.083. Hasil tersebut didapat dari total jumlah keseluruhan pengunjung yang datang selama bulan Januari 2022 sampai dengan bulan Desember 2022, kemudian di bagi dengan jumlah bulan

tersebut didapatkan hasil rata-rata populasi sebesar 173,5 untuk kemudian dijadikan sampel.

### 3.3.2 Pengertian 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 (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 (dapat mewakili). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus slovin yang dikemukakan oleh Sugiyono (2021:149) dengan tingkat kepercayaan 90% dan nilai  $e=10\%$  adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel yang diperlukan

$N$  = Jumlah populasi

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

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 74 orang. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan

menggunakan rumus Slovin pada halaman selanjutnya sebagai berikut :

$$n = \frac{173,5}{1 + 173,5 (0,1)^2}$$
$$n = 63,436 (64)$$

Berdasarkan perhitungan bahwa untuk ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 63,436 atau dapat dibulatkan menjadi 64 konsumen untuk memudahkan perhitungan dengan tingkat kesalahan 10% atau tingkat keakuratan sebesar 90%.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2021:139) “Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian”. Terdapat dua pendekatan dalam teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *sampling incidental*.

Menurut Sugiyono (2021:142) “*Nonprobability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Menurut Sugiyono (2021:144) “*Sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental*, menurut Sugiyono (2021:144) “*sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan

ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

Kuesioner disebarluaskan melalui *Google Form* kepada responden laki-laki dan perempuan yang pernah membeli produk Havana *Frozen Food* cabang Cikutra dengan menetapkan beberapa kriteria terlebih dahulu, berikut karakteristik responden dari *sampling insidental* yang akan digunakan dalam penelitian ini:

**Tabel 3. 3 Karakteristik Responden**

No	Karakteristik Responden	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. Pegawai Swasta 5. Ibu Rumah Tangga
4	Frekuensi Membeli Produk (Dalam Sebulan)	1. < 1 Kali 2. > 1 Kali

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2023

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2021:219) Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sebagai berikut:

#### 1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian dilakukan untuk mendapatkan data yang diperoleh secara langsung (primer) terhadap objek penelitian. Penelitian lapangan dilakukan melalui beberapa cara, diantaranya:

##### a. Pengamatan Langsung (Observasi)

Menurut Sugiyono (2021:203) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti diteliti. Observasi merupakan kegiatan penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan keadaan di suatu objek penelitian. Dalam penelitian ini observasi dilakukan langsung di perusahaan Havana *Frozen Food* cabang Cikutra, Bandung.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara menurut Sugiyono (2021:195) digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pemimpin atau pihak berwenang atau pihak lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak Havana *Frozen Food* cabang Cikutra Bandung.

c. Penyebaran Angket (*Kuesioner*)

*Kuesioner* adalah suatu teknik pengumpulan data atau informasi melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan yang akan dilakukan pengisian oleh beberapa responden untuk mendapatkan tanggapan atau jawaban yang akan dianalisa. *Kuesioner* akan diberikan kepada konsumen Havana *Frozen Food* cabang Cikutra dengan penyebaran *kuesioner* dilakukan secara langsung kepada 100 responden melalui *Google Form* yang disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan

penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data sekunder yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan.

### 3.5 Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2021:157) “Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti”. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Pada halaman selanjutnya akan penulis uraikan penjelasan dari masing-masing uji instrumen tersebut.

#### 3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk menunjukkan derajat ketetapan 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 obyek yang diteliti”. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. 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 <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 (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 digunakan untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan. Menurut Sugiyono (2021:198) “Uji reliabilitas merupakan tingkat kesesuaian objek yang digunakan dengan data yang dihasilkan”. Reliabilitas adalah menunjuk pada suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik, atau hal yang berkaitan dengan keandalan (tidak berubah-ubah atau konsisten) suatu indikator.

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode cronbach Alpha, yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*. Dengan demikian, rumus-rumus untuk pengujian realibitas akan disajikan sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skortotal untuk kelompok ganjil dan kelompok genap.
3. Korelasi total skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus

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

Keterangan:

$r_{AB}$  = Koefisien korelasi *Product Moment*

$\sum A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$  = Jumlah total skor belahan genap

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

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

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

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

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

Dimana :

$r$  = koefisien korelasi

$r_b$  = korelasi produk moment antara belahan pertama dan kedua batas realibilitas minimal 0,7

Setelah dapat dinilai reabilitas 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 dan Uji Hipotesis**

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent ( $X_1$ ,  $X_2$ ) terhadap variabel dependent ( $Y$ ).

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui *kuesioner* untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel bebas yang terdiri dari  $X_1$  (Harga), variabel  $X_2$  (*People*), dan variabel terikat, yaitu variabel  $Y$  (Kepuasan Konsumen).

Menurut Ramdhan (2021:7-8) “Metode penelitian deskriptif adalah metode yang menggambarkan suatu hasil penelitian dengan memberikan deskripsi, penjelasan, dan validasi mengenai fenomena yang telah diteliti”.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2021:146), skala likert 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 pertanyaan (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, menurut Sugiyono (2021:147) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berikut ini merupakan skor skala likert pada halaman selanjutnya:

**Tabel 3. 4**  
**Skala Likert**

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

Sumber: Sugiyono (2021:159)

Skala Likert digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setiap indikator yang sudah mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya dimasukkan ke dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Dengan rumus yang akan disajikan sebagai berikut:

$$Gp = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} \times 100\% = \text{Skor rata - rata}$$

Skor rata-rata dimasukan ke dalam garis kontimun dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor selanjutnya akan dikategorikan pada rentan skor yang akan peneliti sajikan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

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

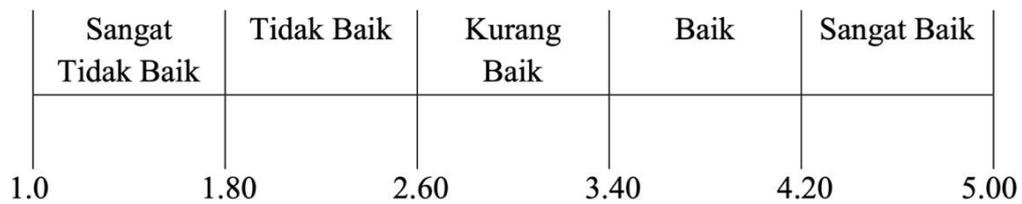
Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui kategoti skala tabel yang akan disajikan peneliti pada halaman selanjutnya sebagai berikut:

**Tabel 3. 5 Kategori Skala**

No	Skala	Kategori
1	1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,82-2,60	Tidak Baik
3	2,61-3,40	Kurang Baik
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2021:160)

Nilai rata-rata jawaban diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontimun pada halaman selanjutnya adalah sebagai berikut:



Sumber: Sugiyono (2021:161)

**Gambar 3. 1**  
**Garis Kontinum**

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Menurut Sugiyono (2021:65) Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga ( $X_1$ ), *People* ( $X_2$ ), terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ )

#### 3.6.2.1 Method Of Succesive Interval (MSI)

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method of Succesive Interval*).

Prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Data berskala ordinal harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Berikut langkah-langkah dalam menganalisis data dengan menggunakan MSI:

1. Menetapkan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang

dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 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 tentukan nilai Z
6. Menghitung Scale Value (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan berikut:

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

Keterangan :

*SV (Scale Value)* : Rata-rata 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. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

Pengolahan dilakukan menggunakan media komputerisasi, yaitu menggunakan SPSS untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

### 3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

regresi linier berganda menurut Sugiyono (2021:286)” Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel *dependent* bila nilai variabel *independent* dinaikkan atau diturunkan nilainya”. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel Harga ( $X_1$ ), *People* ( $X_2$ ), dan Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *Independent* dan variabel *dependent*. Persamaan regresi linier berganda menggunakan rumus menurut Sugiyono (2021:286) yang akan disajikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel Terikat (Kepuasan Konsumen)

$a$  = Bilangan Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi (Harga)

$b_2$  = Koefisien Regresi (*People*)

$X_1$  = Variabel Bebas (Harga)

$X_2$  = Variabel Bebas (*People*)

$e$  = Tingkat Kesalahan (*Standar error*)

### 3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda menurut Sugiyono (2021:284) “Analisis Korelasi Berganda yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel *independent* atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel *dependent*”. Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa derajat atau kekuatan hubungan antara variabel Harga (X1), dan *People* (X2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y), yang dapat dinyatakan dengan istilah Koefisien Korelasi, Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan tersebut. Rumus korelasi berganda menurut Sugiyono (2021:284) adalah yang akan disajikan peneliti pada halaman selanjutnya:

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

Keterangan:

R = Koefisien korelasi berganda

JK (reg) = Jumlah kuadrat regresi

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat total korelasi

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

Apabila  $r = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel Harga (X1), *People* (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 Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Kurang Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2021:248)

### 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 Harga (X1), *People* (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (H1).

#### 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 ( $\alpha$ )= 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%, ditentukan sebagai berikut :

H<sub>0</sub> : b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = 0, Tidak terdapat pengaruh harga dan *people* terhadap kepuasan konsumen.

$H_1 : b_1, b_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh harga dan *people* 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 harga terhadap kepuasan konsumen

a.  $H_0 : b_1 = 0$ , tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

b.  $H_0 : b_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen

a.  $H_1 : b_2 = 0$ , tidak terdapat *people* terhadap kepuasan konsumen.

b.  $H_1 : b_2 \neq 0$ , terdapat pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen

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

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

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.

### 3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

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 (*People*), dan terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya yaitu:

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

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

$R^2$  = 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 (*People*) 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.

### **3.7 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 X1 (Harga) dan X2 (*People*) 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 toko Havana Frozen Food cabang Cikutra, Jl. Cikutra No.85, Cikutra, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Peneliti melakukan penelitian kepada konsumen Havana *Frozen Food* cabang Cikutra. Adapun waktu penelitian ini terhitung mulai dari bulan Maret 2023 sampai Juni 2023.