

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan**

Metode penelitian yang akan digunakan adalah pengumpulan data, berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode survei untuk mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian, relative, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2022:85).

Tujuan penelitian survei untuk memberikan gambaran secara mendetail mengenai latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau isu suatu hal yang bersifat umum. Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data statistic, dan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2022:34). Terdapat 2 (dua) jenis metode yaitu, metode deskriptif dan metode verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017:147) menyatakan bahwa “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diambil dari analisis data dan sampel yang bertujuan untuk menjelaskan ciri-ciri sampel yang mana hasil tersebut memiliki makna.” Metode

penelitian deskriptif ini digunakan untuk menjawab perumusan masalah nomor 1 hingga nomor 4 untuk mengetahui nilai variabel kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) dan kepuasan konsumen ( $Y$ ). Adapun rincian permasalahan yang akan dikaji oleh metode penelitian deskriptif pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Produk Mie Gacoan Dipatiukur Bandung.
2. Bagaimana Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Pelayanan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung.
3. Bagaimana Tanggapan Konsumen Mengenai Persepsi Harga Mie Gacoan Dipatiukur Bandung.
4. Bagaimana Tanggapan Konsumen Mengenai Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung.

Menurut Sugiyono (2017:21) menyatakan bahwa “Penelitian Verifikatif yaitu suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis akan diterima atau ditolak.” Tujuan penelitian verifikatif adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain. Penggunaan metode penelitian verifikatif ini untuk menjawab perumusan masalah nomor 5 yang rinciannya sebagai berikut.

5. Seberapa besar pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen mie gacoan dipatiukur bandung baik secara simultan maupun parsial.

## 3.2 Definisi Dan Operasionalisasi Variabel

Definisi variabel merupakan penjabaran mengenai arti dan makna batasan sejauh mana penelitian yang akan dilakukan. Operasionalisasi variabel dilakukan untuk mengubah masalah yang akan diteliti ke dalam bentuk variabel, kemudian menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel terkait.

### 3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan, yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022:100). Adapun untuk menjelaskan mengenai variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependen*) adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2017:59). Variabel bebas dilambangkan dengan symbol (X). Pada penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel yang menjadi variabel bebas (*independent variabel*) yaitu kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan persepsi harga ( $X_3$ ).

- a. Kualitas produk ( $X_1$ )

Kualitas produk sebagai karakteristik dari suatu produk baik terlihat maupun tidak yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2018:249). Peneliti menyimpulkan bahwa kualitas produk

merupakan karakteristik dan dimensi produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk menghasilkan manfaat dan memenuhi kebutuhan konsumen.

b. Kualitas pelayanan ( $X_2$ )

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus kualitas yang baik atau positif yang akan diperoleh apabila kualitas yang didapatkan memenuhi harapan konsumen (Rampat Lupioadi, 2018:7). Peneliti simpulkan bahwa konsumen dapat menentukan apakah layanan yang diberikan oleh perusahaan memiliki kualitas yang baik atau buruk berdasarkan apa yang mereka antisipasi memenuhi persyaratan dan preferensi mereka.

c. Persepsi harga ( $X_3$ )

Persepsi harga adalah tentang memahami informasi harga yang disukai oleh konsumen dan membuatnya bermakna. Mengenai informasi harga, konsumen dapat membandingkan harga *publish* dengan harga produk yang dibayangkan atau kisaran harga, persepsi harga akan membentuk persepsi masyarakat akan harga yang pantas atas suatu produk (Peter dan Olson, 2014). penulis akan menyimpulkan bahwa persepsi harga adalah perbandingan antara harga yang diterima oleh konsumen melalui informasi yang didapatkan dan harga yang diperoleh sesuai dengan manfaat dan harapan yang akan diterima oleh konsumen.

## 2. Variabel terikat (*dependen variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas yang menjadi variabel terikat atau dependen variabel (Sugiyono, 2017:59). Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen dipilih menjadi variabel terikat. Sebab peneliti akan mengukur pengaruh variabel dependen (kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga) terhadap kepuasan konsumen.

### a. Kepuasan konsumen (Y)

Menurut Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Buchari Alma (2016:80) yang mengungkapkan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dengan harapan. peneliti menarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen mengacu pada bagaimana perasaan pelanggan tentang suatu produk atau layanan yang telah mereka beli dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam kaitannya dengan harapan dan kebutuhan konsumen.

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan konsep, dimensi, indikator serta skala dari variabel-variabel yang terkait penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel yang diteliti yaitu kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) dan kepuasan konsumen (Y). untuk melakukan pengolahan data diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran dan skala dimana variabel penelitian untuk penelitian ini sebagai berikut.

**Tabel 3. 1**

**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>Item</b>
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )  Penggunaan dimensi kualitas untuk mengukur pemahaman kualitas produk diharapkan dapat meningkatkan akurasi dalam mengukur variabel kajian pada cakupan yang lebih luas dari perspektif kualitas produk.  Achmad Safrizal Yafie, Suharyono dan Yusri Abdullah (2016:8165)	Kesegaran	Aroma dari makanan yang disajikan sedap dan dapat menggugah selera makan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Aroma dari makanan yang disajikan sedap dan dapat menggugah selera makan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	1
		Warna dari makanan yang disajikan terlihat segar dan menarik perhatian konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Warna dari makanan yang disajikan terlihat segar dan menarik perhatian konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	2
	Tampilan	Porsi dari makanan yang disajikan sesuai dengan standar porsi seperti yang dipresentasikan di menu Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Porsi dari makanan yang disajikan sesuai dengan standar porsi seperti yang dipresentasikan di menu Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	3

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
		Bentuk dari makanan yang disajikan terlihat unik dan menarik konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Bentuk dari makanan yang disajikan terlihat unik dan menarik konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	4
	Rasa	Rasa dari makanan yang disajikan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung terasa lezat dan penuh cita rasa	Tingkat Rasa dari makanan yang disajikan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung terasa lezat dan penuh cita rasa	Ordinal	5
		Makanan yang disajikan kepada konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung dimasak dalam bumbu yang tepat dan meresap	Tingkat Makanan yang disajikan kepada konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung dimasak dalam bumbu yang tepat dan meresap	Ordinal	6
	Inovasi Makanan	Terdapat varian makanan yang sesuai dengan selera konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Terdapat varian makanan yang sesuai dengan selera konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	7

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
		Terdapat variasi makanan dengan inovasi yang kreatif dan menarik perhatian konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Terdapat variasi makanan dengan inovasi yang kreatif dan menarik perhatian konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	8
<p>Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)</p> <p>Kualitas pelayanan adalah kegiatan ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan pemindahan kepemilikan apapun.</p> <p>Kotler dan Armstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2018:188)</p>	Bukti Fisik	Penampilan karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung yang rapih dan bersih	Tingkat Penampilan karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung yang rapih dan bersih	Ordinal	9
		Kelengkapan fasilitas makan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Kelengkapan fasilitas makan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	10
	Empati	Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung melayani dengan ramah dan senyuman	Tingkat Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung melayani dengan ramah dan senyuman	Ordinal	11



Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	Keandalan	Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung memberikan sapaan kepada konsumen	Tingkat Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung memberikan sapaan kepada konsumen	Ordinal	12
		Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung sigap dalam melayani konsumen	Tingkat Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung sigap dalam melayani konsumen	Ordinal	13
		Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung dapat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen	Tingkat Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung dapat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen	Ordinal	14
	Daya Tanggap	Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung tanggap dalam menjelaskan produk dan harga yang tidak diketahui oleh konsumen	Tingkat Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung tanggap dalam menjelaskan produk dan harga yang tidak diketahui oleh konsumen	Ordinal	15
		Karyawan saat di kasir Mie Gacoan Dipatiukur Bandung cepat	Tingkat Karyawan saat di kasir Mie Gacoan Dipatiukur Bandung cepat	Ordinal	16

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	Jaminan	Konsumen merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Konsumen merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	17
		Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur tidak pernah lupa memberikan struck belanja kepada konsumen	Tingkat Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur tidak pernah lupa memberikan struck belanja kepada konsumen	Ordinal	18
Persepsi Harga (X <sub>3</sub> )  Persepsi harga pada dasarnya melibatkan proses kategorisasi yaitu cenderung untuk menempatkan pengalaman yang baru ke dalam klasifikasi yang ada dalam pengalaman yang sudah familiar  Monreo (dalam Harjati dan Venesa, 2015:66)	Persepsi Kualitas	Persepsi konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung sesuai terhadap kualitas yang didapatkan	Tingkat Persepsi konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung sesuai terhadap kualitas yang didapatkan	Ordinal	19
		Kualitas mampu memuaskan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Kualitas mampu memuaskan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	20
	Perspsi Biaya Yang Dikeluarkan	Memiliki harga sesuai dengan kualitas yang di dapatkan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Memiliki harga sesuai dengan kualitas yang di dapatkan konsumen Mie Gacoan	Ordinal	21

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
		Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	22
<p>Kepuasan Konsumen (Y)</p> <p>Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dengan harapan.</p> <p>Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Buchari Alma (2016:80)</p>	Kinerja	Puas atas kinerja karyawan dalam melayani konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Puas atas kinerja karyawan dalam melayani konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	23
		Konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan	Tingkat Konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan	Ordinal	24
	Harapan	Biaya yang dikeluarkan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung sesuai dengan yang harapan	Tingkat Biaya yang dikeluarkan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung sesuai dengan yang harapan	Ordinal	25
		Produk sesuai dengan harapan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Produk sesuai dengan harapan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	26

Sumber : Data Diolah Peneliti (2023)

### 3.3 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian 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 diperoleh dari teknik sampling tertentu.

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas: obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022:145). Populasi yang digunakan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung.

**Tabel 3. 2**

**Data Pengunjung Mie Gacoan Dipatiukur Bandung Tahun 2022**

No	Bulan	Pengunjung
1.	Januari	12.845
2.	Februari	13.687
3.	Maret	11.514
4.	April	12.347
5.	Mei	13.197
6.	Juni	12.459
7.	Juli	12.417
8.	Agustus	13.897
9.	September	12.369
10.	Oktober	11.834
11.	Nopember	12.393
12.	Desember	13.954
<b>Jumlah</b>		152.913
<b>Rata-rata</b>		12.742

Sumber : Mie Gacoan Dipatiukur Bandung

Berdasarkan tabel 3.2 pengunjung Mie Gacoan Dipatiukur Bandung mengalami fluktuasi, dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Mie Gacoan Dipatiukur Bandung sepanjang tahun 2022 sebanyak 152.913. Jumlah rata-rata pengunjung perbulannya sebanyak 12.743 orang.

### 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. Sampel adalah Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2022:146). Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan terbatas sebagian dari populasi saja. Oleh karena itu sampel diambil haruslah benar-benar representatif atau sangat dapat mewakili populasi. Semakin besar taraf kesalahan, maka akan semakin kecil ukuran sampel (Sugiyono, 2022:158). Bila jumlah populasi diketahui, maka perhitungan sampel dapat menggunakan rumus Yamane.

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

Keterangan :

- $n$  = Jumlah sampel yang diperlukan
- $N$  = Jumlah populasi
- $e^2$  = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) biasanya 10%

Jumlah populasi yaitu sebanyak 152.913 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% atau dapat disebut tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut.

$$n = \frac{152.913}{1 + 152.913(0,1)^2} = 99.93464608 \text{ dapat dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan maka ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 99,9 orang dibulatkan menjadi 100 orang responden dengan tingkat kesalahan sebesar 10%.

### **3.3.3 Teknik Sampling**

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2022:147). Untuk menentukan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai Teknik sampling yang dapat digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2022:150). *Nonprobability sampling* meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, purposive sampling, sampling jenuh, snowball sampling, dan sensus.

Teknik non probability sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling menurut Sugiyono (2022:152) menyatakan bahwa sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut diambil karena responden dianggap lebih berpengalaman sehingga memudahkan untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih valid. Karakteristik responden dari teknik purposive sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden yang merupakan konsumen yang berusia 15 tahun ke atas.
2. Sudah pernah berkunjung dan melakukan pembelian minimal 1 kali pada Mie Gacoan Dipatiukur Bandung.

**Tabel 3. 3**

**Karakteristik Responden**

No	Katakarakteristik Responden	Keterangan
1.	Jenis kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2.	Usia	1. 15 – 20 tahun 2. 21 – 25 tahun 3. 26 – 30 tahun 4. >30 tahun
3.	Pendidikan	1. SMP 2. SMA 3. D3 4. S1
4.	Pekerjaan	1. Pelajar 2. Mahasiswa/i 3. Pegawai swasta
5.	Penghasilan	1. 1.000.000 – 5.000.000 per bulan 2. 5.000.000 – 10.000.000 per bulan 3. >10.000.000 per bulan
6.	Frekuensi pembelian	1. 1 – 5 kali per bulan 2. 5 – 10 kali perbulan 3. >10 kali per bulan

Sumber : Data Diolah 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. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), *kuesioner* (angket), *observasi* (pengamatan) dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2022:215). 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. Pengamatan (*Observation*)

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung. Observasi merupakan cara yang penting untuk mendapatkan informasi yang penting tentang orang, karena apa yang dikatakan orang belum tentu sama dengan apa yang dikerjakan (Sugiyono, 2022:225).

### b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak Mie Gacoan Dipatiukur Bandung. Wawancara dalam penelitian survei dilakukan peneliti dengan cara merekam jawaban atas pertanyaan yang diberikan ke responden, peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dengan pedoman wawancara, mendengarkan atas jawaban, mengamati perilaku dan merekam semua respon dari yang disurvei (Sugiyono, 2022:216).

### c. Kuesioner (Angket)

Kuesioner akan diberikan kepada konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Kuesioner merupakan instrumen untuk pengumpulan data, di mana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti (Sugiyono, 2022:221).



## 2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoretis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data skunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data jumlah pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek.

### **3.5 Uji Instrumen Penelitian**

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan uji 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 interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

#### **3.5.1 Uji Validitas**

Validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan 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 (Sugiyono, 2022:195-196). Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara analisis faktor, yaitu mengkorelasikan skor butir soal dengan total, dengan menggunakan rumus korelasi pearson product moment 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 *product* moment
- R = Koefisien validasi item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item
- Y = Skor total instrument
- N = Jumlah responden dalam uji instrument
- $\sum x$  = Jumlah hasil pengamatan variabel x
- $\sum y$  = Jumlah hasil pengamatan variabel y
- $\sum xy$  = Jumlah 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  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  , maka instrument atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  , maka instrument atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Menurut Sugiyono (2017:125) menyatakan bahwa “Untuk mencari validitas sebuah item, harus mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut.” Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product and*

*Service Solution*). Hasil dari uji validitas ini dapat dilihat pada bagian *Item-Item Statistic* dan untuk melihat hasil dari masing-masing responden dapat dilihat dari tabel *Item-Total Correlation*.

### **3.5.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang ditunjukkan suatu ukuran yang dapat dipercaya, dengan kata lain jika dilakukan 2 (dua kali) atau lebih pengukuran untuk gejala yang sama, maka pengukuran tersebut harus dilakukan. Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen (Sugiyono, 2022: 197). Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu. Instrument yang memiliki reliabilitas dapat dilakukan untuk mengukur secara berkali-kali yang menghasilkan data yang sama (konsisten).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS dengan Alpha Cronbach berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,6. Apabila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliabel. Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrument ( $r_b$  hitung), kemudian 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 menyatakan 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 relative sama (tidak jauh beda). Untuk melihat andal atau tidaknya suatu alat ukur yang digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas.

### **3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis**

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan data 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, mean, median, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase.

Menurut Sugiyono menyatakan bahwa “Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan untuk mencari kuatnya suatu hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi.”

Kebenaran hipotesis ini 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

independent kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan persepsi harga ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menjabarkan fakta tentang 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 liker*. Dengan *Skala liker*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2022:165). Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan *Skala liker* memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban alternatif. Seperti pada tabel berikut ini.

**Tabel 3. 4**

#### **Alternatif Jawaban Dengan Skala Liker**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor Nilai</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2022:166)

Berdasarkan tabel 3.4 diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negative memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju

memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), ragu-ragu 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 independent di atas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrument pengukuran dalam bentuk kuesioner. Skala liker digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudia dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setelah setiap indicator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya peneliti gambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengethaui katagori dari hasil rata-rata tersebut. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikali 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 :

$$\begin{aligned} \text{Niali tertinggi} &= 5 \\ \text{Nilai terendah} &= 1 \\ \text{Nilai jenjang interval} &= \frac{5-1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

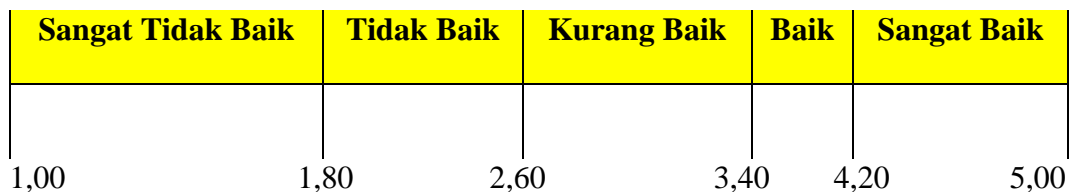
Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut.

**Tabel 3. 5**  
**Skala Kategori**

Skala interval	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 (2017:97)

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



**Gambar 3. 1** Garis Kontinum

**Garis Kontinum**

Sumber : Sugiyono (2017:97)

**3.6.2 Analisis Verifikatif**

Analisis validasi merupakan metode penelitian yang dirancang untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji keabsahan variabel (Sugiyono, 2017:55). Verifikatif adalah menguji teori dengan memeriksa apakah hipotesis diterima. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) dan kepuasan konsumen ( $Y$ ). Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh tersebut, maka menggunakan beberapa metode seperti *Method Successive Internal*

(MSI), analisis regresi berganda dan analisis korelasi berganda. Berikut peneliti memaparkan beberapa metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen.

### **3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2022:305). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (dua). Persamaan regresi linier berganda dengan tiga prediktor dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- $Y$  = Variabel terikat (kepuasan konsumen)
- $a$  = Bilangan konstanta
- $b_1$  = Koefisien regresi (kualitas pelayanan)
- $b_2$  = Koefisien regresi (kualitas produk)
- $b_3$  = Koefisien regresi (persepsi harga)
- $X_1$  = Kariabel bebas (kualitas pelayanan)
- $X_2$  = Variabel bebas (kualitas produk)
- $X_3$  = Variabel bebas (persepsi harga)
- $e$  = Tingkat kesalahan (*Standard Error*)

### **3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda**

Analisis korelasi berganda dilakukan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk



( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Kekuatan hubungan antar variabel tersebut dapat disebut koefisien korelasi. Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan linier antar dua variabel.

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

Keterangan :

$R$  = Koefisien korelasi berganda  
 $JK(reg)$  = Jumlah kuadrat regresi  
 $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat total korelasi

Pada dasarnya, nilai  $r$  dapat bervariasi dari  $-1$  sampai dengan  $+1$  atau secara sistematis dapat ditulis  $-1 < r < +1$ .

1. Bila  $r = 0$  atau mendekati  $0$ , maka hubungan antar variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali sehingga tidak mungkin terdapat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen.
2. Bila  $0 < r < 1$ , maka korelasi antar kedua variabel dapat dikatakan positif atau bersifat searah, dengan kata lain kenaikan atau penurunan nilai-nilai variabel independent terjadi sama-sama dengan kenaikan atau penurunan nilai-nilai variabel dependen.
3. Bila  $-1 < r < 0$ , maka korelasi antara kedua variabel dapat dikatakan negative atau bersifat kebalikannya, dengan kata lain kenaikan nilai-nilai variabel independent akan terjadi bersama-sama dengan penurunan nilai variabel dependen atau sebaliknya.

Untuk memudahkan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat disimpulkan pada ketentuan-ketentuan

untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi diantaranya yang dapat dilihat dalam tabel berikut.

**Tabel 3. 6**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Koefisien Korelasi</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,000 – 0,199	Sangat lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2017:278)

### **3.6.2.3 Method of Successive Internal (MSI)**

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang didapatkan 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 di analisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan menggunakan teknik *Method of Successive Internal* (MSI). Berikut adalah langkah-langkah *Method of Successive Internal* (MSI).

1. Menentukan setiap responden (berdasarkan kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pernyataan).
2. Menentukan beberapa 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 di anggap mendekati luas daerah kurva normal.
6. Menghitung Scale Value (SV) untuk masing-masing responden, dengan rumus sebagai berikut.

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

Keterangan :

<i>SV (Scale Value)</i>	= Rata-rata interval
<i>Destiny at lower limit</i>	= Kepaduan batas bawah
<i>Destiny 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 skala interval, dengan rumus sebagai berikut

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 [SVmin]$$

Pengelolaan 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.

#### **3.6.2.4 Metode Uji Hipotesis**

Kebenaran dari hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Pengertian hipotesis tersebut adalah untuk hipotesis penelitian. Sedangkan secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik) (Sugiyono, 2022:241). Pengujian hipotesis dilakukan untuk

mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H\alpha$ ).

#### 3.6.2.4.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik f. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan output SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan memiliki probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10% dengan ditentukan sebagai berikut.

$H_0$  :  $b_1, b_2, b_3 = 0$ , tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen

$H_1$  :  $b_1, b_2, b_3 \neq 0$ , terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen

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

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

Keterangan :

$R^2$  = Kuadrat koefisien korelasi ganda  
 $k$  = Jumlah variabel independent  
 $n$  = Jumlah anggota sampel

Nilai untuk uji F dilihat dari tabel distribusi F dengan  $\alpha = 0,05$  dan derajat bebas  $(k; n - k - 1)$ , selanjutnya  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel} (\alpha) = 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (signifikan).
2. Apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel} (\alpha) = 0,1$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak signifikan).

#### 3.6.2.4.2 Pengujian Secara Parsial (Uji T)

Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh atau variabel penjelas atau independent secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikan  $(\alpha) = 0,1$  artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10% ditentukan sebagai berikut.

$$t = \sqrt{\frac{n - (K + 1)}{1 - r^2}}$$

Keterangan :

- $n$  = Jumlah sampel  
 $r$  = Nilai korelasi parsial  
 $K$  = Jumlah variabel independent

Pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut  $t_{hitung}$  dibandingkan  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Kemudian akan diketahui hipotesis dalam penelitian ini secara parsial ditolak atau tidak, Adapun hipotesis secara aparsial sebagai berikut.

1. Hipotesis kualitas produk

$H_0 : \beta_1 = 0 \rightarrow$  artinya tidak ada pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen

$H_1 : \beta_1 \neq 0 \rightarrow$  artinya terdapat pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

2. Hipotesis kualitas pelayanan

$H_0 : \beta_2 = 0 \rightarrow$  artinya tidak ada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen

$H_1 : \beta_2 \neq 0 \rightarrow$  artinya terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

3. Hipotesis persepsi harga

$H_0 : \beta_3 = 0 \rightarrow$  artinya tidak ada pengaruh variabel persepsi harga terhadap variabel kepuasan konsumen

$H_1 : \beta_3 \neq 0 \rightarrow$  artinya terdapat pengaruh variabel persepsi harga terhadap kepuasan konsumen

Apabila  $H_0$  diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan dan sebaliknya apabila  $H_0$  ditolak, maka hal ini diartikan bahwa variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen dinilai berpengaruh secara simultan.

### 3.6.2.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinan digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial.

#### a. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) dan kepuasan konsumen ( $Y$ ) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya.

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

Keterangan :

$Kd$  = Nilai koefisien determinasi  
 $r^2$  = Kuadrat dari koefisien ganda  
100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

#### b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

$$Kd = \beta \times Zero Order \times 100\%$$

Keterangan :

$\beta$  = Beta (nilai standar *liezed coefficients*)  
*zero Order* = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

$Kd = 0$ , Berarti pengaruh variabel x terhadap y lemah

$Kd = 1$ , Berarti pengaruh variabel x terhadap y kuat

### **3.7 Rancangan Kuesioner**

Kuesioner merupakan sebuah instrument 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 pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) dan kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebagai mana 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 menggunakan skala liker.

### **3.8 Waktu Dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung. Peneliti juga melakukan penelitian kepada konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung. Adapun waktu penyelesaian penelitian ini terhitung mulai dari bulan Februari 2023 S/D selesai.