

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode survei. Survei merupakan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari 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 tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Nazir dalam Hamdi (2014:2) menyatakan bahwa Penelitian adalah terjemahan dari kata inggris *research* yang berarti mencari dengan arti sebenarnya adalah mencari kembali. Secara jelasnya penelitian merupakan usaha untuk menemukan, mengembangkan dan melakukan verifikasi terhadap kebenaran suatu peristiwa atau suatu pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah. menurut Sugiyono (2016:2) menyatakan bahwa, Metode penelitian pada dasarnya

merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

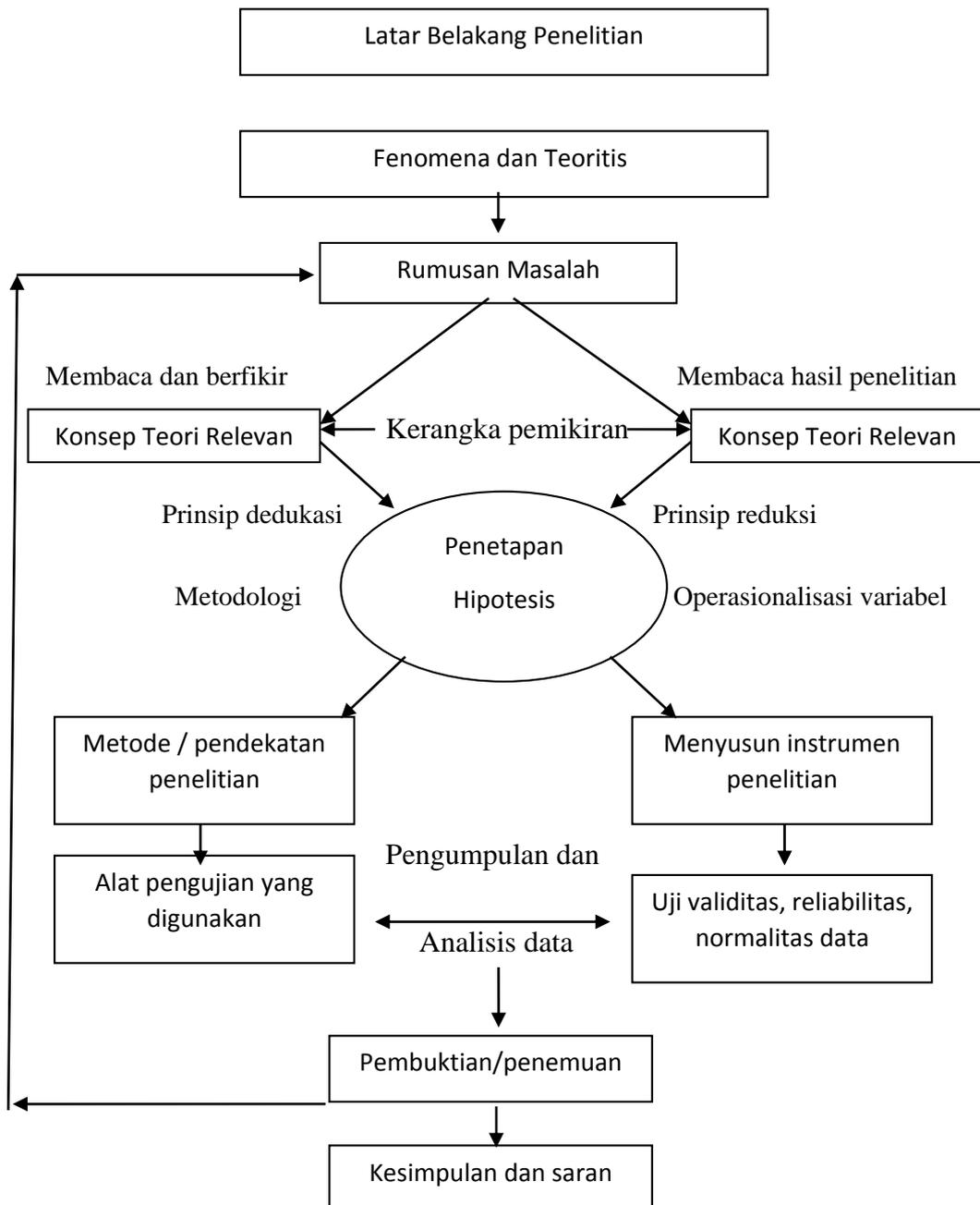
a. Metode Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018:48), penelitian deskriptif adalah :Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri , baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa perbandingan , atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Menurut Hamdi (2014:5) menyatakan metode deskriptif yaitu metode deskriptif adalah dimana metode penelitian yang ditunjukkan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau. Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antar variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian , dimana data tersebut diolah, di analisis, dan di proses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah di pelajari sehingga dari data tersebut dapat ditarik satu kesimpulan.

b. Metode Verifikatif

Menurut Sugiyono (2018:36), metode verifikatif adalah Metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan menghitung statistika sehingga di dapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis di tolak atau di terima Menurut Sugiyono (2013:6) , metode verifikatif adalah Metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan menghitung statistika sehingga di dapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis di tolak atau di terima

Penelitian dengan pendekatan verifikatif ini digunakan untuk penelitian dengan variabel-variabel yang akan diteliti yaitu Diferensiasi produk (X1) dan Harga (X2) sebagai variabel bebas (*independent variable*) dan Kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat (*dependent variable*).



Gambar 3.1
Bagan Desain Penelitian
Sumber : Azhar Affandi (2012)

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Dalam penelitian ini mencakup proses-proses sebagai berikut :

- 1) Melakukan studi pendahuluan sesuai dengan tema atau variabel yang diteliti.
- 2) Penyusunan latar belakang penelitian yang berpedoman pada landasan fenomena dan teoritis.
- 3) Merumuskan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dan tujuan.
- 4) Membaca konsep teori yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.
- 5) Membaca hasil penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan sebagai pembanding, melalui pencarian temuan dari jurnal ilmiah, karya tulis ilmiah lainnya yang relevan.
- 6) Menyusun kerangka berfikir sesuai dengan teori dan temuan penelitian terdahulu yang relevan.
- 7) Menetapkan hipotesis penelitian.
- 8) Menetapkan metode atau pendekatan penelitian yang cocok untuk digunakan, termasuk alat analisis yang digunakan.
- 9) Menyusun instrument penelitian, termasuk melakukan uji validitas dan reliabilitas.
- 10) Melakukan pengumpulan dan analisis data.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2013:58), yaitu variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya Selanjutnya, Sugiyono (2016:39) menyatakan bahwa menurut hubungan satu variabel dengan variabel yang lain maka didalam penelitian macam-macam variabel dibedakan menjadi:

a. Variabel bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya atau variabel yang di duga sebagai penyebab dari variabel lainnya , yang dinyatakan dengan (X). Menurut Sugiyono (2016:39) variabel bebas yaitu: Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

Dalam penelitian ini dimana variabel yang di gunakan terdiri dari :

1. Diferensiasi produk (X1) : Diferensiasi produk adalah salah satu strategi pemasaran dengan cara membedakan penawaran kepada pasar untuk mendapat kan nilai yang lebih dimata konsumen . Hal ini termasuk dalam kualitas penyesuaian, kualitas kinerja , bentuk,kemudahan pendistribusian , penyesuaian produk, design dan kualitas kinerja produk dari produk lainnya. (Kotler dan Amstrong ,2012:9)
2. Harga (X2) : Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa secara lebih luas juga jumlah dari semua nilai yang pelanggan berikan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki

atau menggunakan produk atau jasa. (Kotler dan Amstrong , 2013 : 283).

b. Variabel terikat

Menurut Sugiyono (2016:39) menyatakan bahwa Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen (Y) adalah Kepuasan pelanggan yaitu perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi . (Kotler dan keller , 2012:150).

Tabel 3.1
Operasional variable

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Diferensiasi Produk (X1) Diferensiasi produk Merupakan upaya dari perusahaan membedakan penawaran pasar untuk menciptakan nilai pelanggan yang superior (Kotler dan Amstrong, 2012:9)	Kualitas	Keunggulan	Rasa , tekstur dan kemasan yang berbeda dengan produk sejenis	Ordinal	1
		Kemasan			
		Tekstur			
		Rasa			
Penyesuaian	Tingkat kemampuan produk dalam memasarkan produknya	Tingkat kemudahan produk dalam menarik konsumen	Ordinal	2	
	Kemudahan distribusi	Tingkat kemudahan produk dalam pendistribusian	Ordinal	3	
	Keterjangkauan	Harga yang ditetapkan dapat menarik perhatian konsumen	Tingkat konsumen memerhatikan harga yang ditetapkan	Ordinal	4
Harga (X2) Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau	Keseuaian dengan kualitas	Keunggulan diberikan oleh produk atas harga yang diberikan	Tingkat Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang ditawarkan	Ordinal	5

<p>layanan ,secara lebih luas harga adalah jumlah dari semua nilai yang pelanggan berikan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan</p> <p>(Kotler dan Amstrong , 2013: 383)</p>	Keseuaian dengan manfaat	Manfaat yang diberikan produk astas harga yang di tetapkan	Tingkat keseuain manfaat dengan harga yang diberikan	Ordinal	6
	Daya saing harga	Daya saing produk dalam menetapkan harga dipasaran	Tingkat daya saing harga dalam menembus pasar	Ordinal	7
	Presepsi terhadap pengenalan produk	Pengenalan produk yang menarik konsumen	Tingkat pengenalan produk yang menarik perhatian konsumen	ordinal	8
	Tetap setia	Tetap setia membeli produk	Tingkat loyalitas konsumen	Ordinal	9
<p>Kepuasan Pelanggan (Y) <i>“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or dissapointment that result from comparing a product’s perceived performance or outcome to expectations. If the performance falls short of expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted”.</i></p> <p>Kotler & Keller (2012:150)</p>	Membeli produk yang ditawarkan	Membeli produk yang ditawarkan perusahaan	Tingkat keinginan membeli produk	Ordinal	10
	Merekome ndasikan produk	Merekomendasikan produk kepada kepada calon konsumen	Tingkat rekomendasi produk kepada konsumen lain	Ordinal	11
	Bersedia membayar lebih	Memnbayar lebih untuk kualitas produk	Tingkat kualitas produk	Ordinal	12

3.3 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:80). Jadi, populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah membeli Kopi Kenangan.

3.4 Sample

Pada penelitian ini penulis akan mengambil sampel yang *representative* mengingat keberadaan waktu, biaya, tenaga serta kompleksitas dari populasi.

Sampel adalah bagian dari jumlah data dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diteliti (Sugiyono, 2016:81).

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. (Sugiyono, 2016:217). Adapun berbagai teknik sampling yang digunakan menurut Sugiyono (2016:217) yaitu, teknik sampling dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur populasi yang dipilih menjadi anggota sampel dengan menggunakan sampling insidental.

Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat

digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampling insidental dalam penelitian ini adalah para konsumen Kopi Kenangan

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2013:224)Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara berikut :

1) Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu penelitian literatur dengan mengumpulkan data dan memahami data-data dari buku referensi serta mempelajari konsep-konsep dan teori-teori atau bahan tulisan yang berhubungan dengan objek penelitian dalam penyusunan skripsi ini.

2) Penelitian lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung kepada konsumen yang dijadikan objek penelitian guna memperoleh bahan-bahan dan data-data yang diperlukan melalui :

a) Teknik Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu..

b) Teknik Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan.

c) Kuesioner

Kuesioner merupakan metode yang dilakukan dengan cara memberi angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan alat untuk menganalisis data dalam bentuk angka-angka dengan alat bantu perhitungan statistika. Keabsahan data dalam penelitian ini menekankan pada uji validitas dan reabilitas tentunya menggunakan instrumen yang valid dan reliabel akan dijelaskan sebagai berikut

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji valid dan tidaknya kuesioner. Menurut Sugiyono (2016:267) menyatakan bahwa , “Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh penulis.”

Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur data yang diinginkan, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Kriteria penilaian uji validitas adalah :

- 1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner dapat dikatakan valid.
- 2) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner dapat dikatakan tidak valid.

Untuk menguji tingkat validitas alat ukur dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi pearson (Singgih, Santoso, 2000) dengan rumus :

$$r = \frac{n \sum x_i x_j - \sum x_i \sum x_j}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum x_j^2 - (\sum x_j)^2\}}}$$

Keterangan :

x_i : Skor jawaban untuk pertanyaan ke-i

x_j : Total skor jawaban responden

n : Banyaknya responden peneliti.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan.” Maka, suatu data dinyatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam

obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau penulis sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. (Sugiyono, 2016:268)

Reliabilitas adalah tingkat konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Jika suatu alat ukur dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konsisten, maka alat ukur tersebut reliable. Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukur yang baik. Ide pokok dari konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, yaitu sejauh mana skor hasil suatu pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*error of measurement*). Pengujian reliabilitas alat penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode “Alpha Cronbach” (Singgih, Santoso, 2000) dengan rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right]$$

Keterangan :

K : Jumlah item

σ_i^2 : Varians butir/item

σ_x^2 : Varians kelompok

Jika nilai α mendekati satu, maka instrument tersebut reliabel.

handal dan memiliki tingkat kestabilan yang tinggi, dalam arti alat ukur tersebut apabila dilakukan secara berulang, hasil dari pengujian instrumen tersebut akan menunjukka hasil yang tetap.

3.6.3 Penentuan Responden

Berdasarkan perhitungan sebelumnya maka diperoleh ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebesar 88 responden. Sehingga berdasarkan penarikan sampel tersebut maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 88 orang Kopi kenangan di Bandung.

Penentuan responden dilakukan pada konsumen Kopi kenangan di Bandung dengan kriteria :

- 1) Kriteria Inklusi
 - (1) Usia responden minimal 15 tahun ke atas
 - (2) Setidaknya pernah membeli Kopi kenangan dua kali atau lebih
 - (3) Konsumen bersedia dilibatkan dalam penelitian
- 2) Kriteria Eksklusi
 - (1) Konsumen yang menolak dilibatkan dalam penelitian
 - (2) Konsumen yang belum pernah membeli Kopi kenangan
 - (3) Konsumen yang baru mencoba Kopi kenangan

3.7 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis dan uji hipotesis menguraikan metode-metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat konsumen tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana 99 alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai

dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif. Bobot skor ini hanya memudahkan bagi konsumen dalam menjawab pertanyaan yang ada pada kuesioner.

Nantinya dalam setiap angket/kuesioner, jawaban-jawaban dari responden akan dialihkan kedalam bentuk angka menggunakan skala likert, seperti yang disampaikan oleh Sugiyono (2016:93) menyatakan bahwa, “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial.”

Dengan skala likert, 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.

Jawaban setiap item instrumen menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya

Tabel 3.2
Bobot Nilai

Pilihan Jawaban	Skor Nilai Pernyataan	Skor Nilai Pernyataan
	Positif	Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Cukup Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Sugiyono (2012:133)

3.7.1 Rancangan Analisis

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2016:244).

Analisis yang digunakan terdiri atas dua jenis, yaitu : 1). Analisis deskriptif terutama untuk variabel yang bersifat kualitatif, dan 2). Analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Bagian pertama, analisis data dengan pendekatan “kualitatif”, yang didasarkan data yang digali dari lapangan. Bagian kedua, analisis data dengan pendekatan kuantitatif, yaitu dengan statistik analisis jalur (*Path Analysis*) yang didasarkan kepada jenis data yang dikumpulkan serta relevansinya terhadap tujuan penelitian.

Untuk melakukan analisis deskriptif dilakukan dengan mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif yang pengungkapannya dapat berupa tabulasi atau grafik agar mudah melakukan analisa secara deskriptif.

1) Analisis Deskriptif

Analisis data deskriptif bertujuan untuk menggambarkan bagaimana karakteristik konsumen, tanggapan konsumen terhadap Diferensiasi Produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan

Tahapan analisis dilakukan sampai pada *scoring* dan indeks, dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot nilai (satu

sampai lima) dengan frekuensi (Sugiyono, 2012:133). Pada tahap selanjutnya indeks dihitung dengan metode mean, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Angka indeks tersebut yang menunjukkan kesatuan tanggapan seluruh responden terhadap setiap variabel penelitian.

Untuk memberikan deskripsi mengenai kondisi dari masing-masing variabel baik *eksogen* maupun *endogen*, maka dibuat kriteria penilaian sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Tidak tahu (TT) / Biasa Saja (BS)
4. Tidak Setuju (TS)
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

Selanjutnya dicari rata-rata tiap responden untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka dibuat interval. Rumus yang digunakan menurut Sudjana (2000:79) sebagai berikut :

$$\text{panjang kelas interval} = \frac{\text{rentang}}{\text{banyak kelas interval}}$$

Dimana :

Rentang = nilai tertinggi – nilai terendah

Banyak kelas interval = 5

$$\text{panjang kelas interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas maka diperoleh kriteria penilaian responden sebagai berikut:

Table 3.3
Kriteria penilaian Responden

1,00-1,79	Sangat Tidak Baik
1,80-2,59	Tidak Baik
2,60-3,39	Cukup Baik
3,40-4,19	Baik
4,20-5,00	Sangat Baik

Sumber : data yang sudah diolah

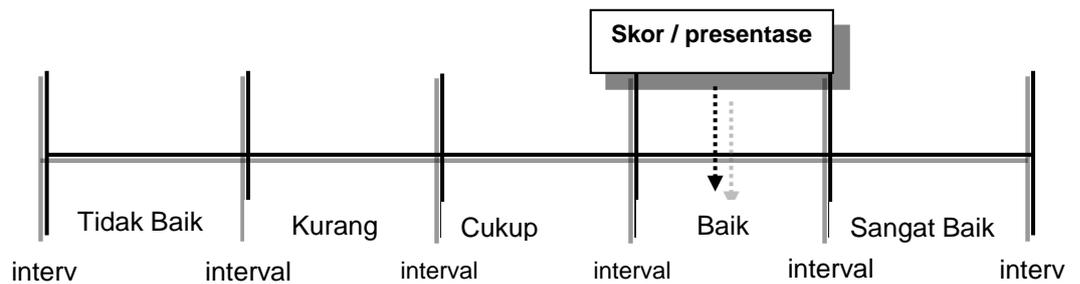
Untuk menganalisis setiap pertanyaan hitung frekuensi jawaban setiap kategori (Pilihan Jawaban) lalu jumlahkan , selanjutnya peneliti membuat garis kontinum

$$\text{NJIP (Nilai jentang interval)} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria pertanyaan}}$$

Setelah nilai rata – rata jawaban telah diketahui kemudian hasil tersebut diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Indeks minimum : nilai minimum (1) x pertanyaan x responden
- b. Indeks maksimum : nilai maksimum (5) x pertanyaan x responden
- c. Jarak interval : (nilai maksimum – nilai minimum) :5
- d. Persentase skor = (Total skor : nilai maksimum) x 100%

Maka dapat di buat garis kontinum pada halaman selanjutnya sebagai berikut :



Gambar 3.2
Garis Kontinum

2) Analisis Verikatif

Analisis selanjutnya untuk menjawab masalah menggunakan alat analisis dengan Analisis Jalur (*Path Analysis*). Dimana untuk menentukan besarnya pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya baik itu pengaruh yang sifatnya langsung atau yang tidak langsung. Adapun untuk keperluan analisis telah ditempuh langkah-langkah sebagai berikut :

Sebagaimana yang dirancang dalam operasionalisasi variabel, maka nilai variabel-variabel merupakan data yang bersifat ordinal. Dengan menggunakan tipe pernyataan tertutup (*closed-end question*) setiap item pernyataan ditentukan peringkat dengan lima alternative jawaban. Pilihan jawaban responden merupakan nilai skor jawaban, sehingga nilai variabel diperoleh dari total skor jawaban dari setiap item.

Tabel 3.4
Kriteria penafsiran tingkat hubungan antar variabel

Koefisien korelasi	Tingkat hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: sugiyono (2013 :257)

3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$) dengan variabel dependen (Y). Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji apakah 103 variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen baik secara simultan maupun parsial. Berikut ini persamaan regresi linier berganda

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

a = Bilangan konstanta

B_1 dan B_2 = Koefesien regresi keragaman produk dan harga

X_1 = Variabel bebas (Differensiasi produk)

X_2 = Variabel bebas (harga)

ε = Standard Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan selain Differensiasi Produk dan harga.

3.7.3 Uji Hipotesis

Setelah koefisien masing-masing variabel diketahui selanjutnya untuk mengetahui apakah variabel yang dihipotesiskan diterima atau ditolak, maka akan dilakukan uji hipotesis statistik dengan langkah sebagai berikut :

$$t_i = \frac{P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R_{Yx_1x_2...x_k}^2)CR_{ii}}{n - k - 1}}}$$

1) Hipotesis statistik secara parsial (Uji T)

$H_0: \rho_{yX_1} = 0$, Tidak terdapat pengaruh Differensiasi produk secara signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

$H_1: \rho_{yX_1} \neq 0$, Terdapat pengaruh Differensiasi produk secara signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

$H_0: \rho_{yX_2} = 0$, Tidak terdapat pengaruh Harga yang ditetapkan secara signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

$H_1: \rho_{yX_2} \neq 0$, Terdapat pengaruh Harga yang ditetapkan secara signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

2) Hipotesis statistik secara simultan (Uji F)

Menguji koefisien determinansi R_{YX}^2 (pengaruh secara simultan) dengan uji-F dengan rumus :

$$F = \frac{P_{xyi}}{\sqrt{\frac{(1 - R_{xyi}^2)CR_{ij}}{n - K - 1}}}$$

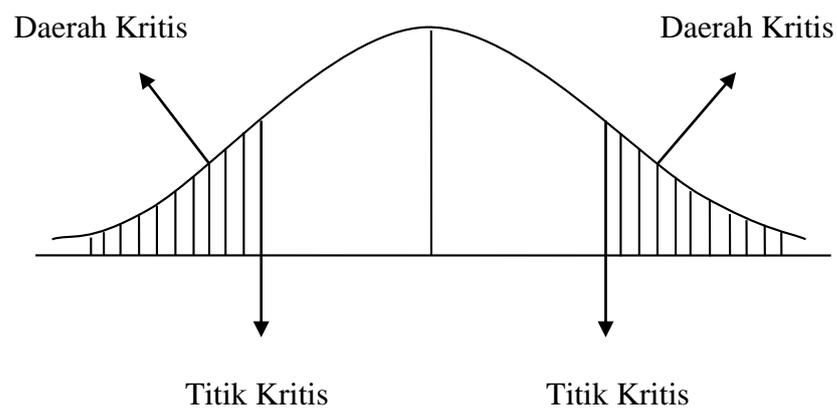
Dengan hipotesis statistik :

H_0 : $P_{YX} = 0$, atau tidak pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel tak bebas.

H_1 : Salah satu tanda “=” tidak berlaku, atau sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{YX} \neq 0$, berarti terdapat minimal satu buah variabel bebas yang berpengaruh secara kausal terhadap variabel tak bebas.

$H_0 : \rho yX_1 = \rho yX_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Differensiasi produk dan harga secara signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

$H_1 : \rho yX_1 \neq \rho yX_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Differensiasi produk dan harga secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.



Gambar 3.3
Uji Hipotesis