

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian adalah langkah-langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh seorang peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data dan melakukan penelitian berdasarkan data yang diperoleh. Tujuan dari penelitian untuk mengungkapkan, menggambarkan, dan menyimpulkan hasil pemecahan masalah melalui cara tertentu sesuai dengan prosedur penelitiannya. Menurut Sugiyono (2021:2) metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2018:64) metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Pada penelitian ini, metode penelitian deskriptif yang digunakan untuk menjawab perumusan masalah mengenai :

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang harga yang ditawarkan pada PT JNE di Kota Bandung
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang *people* pada PT JNE di Kota Bandung

3. Bagaimana tanggapan konsumen tentang kepuasan konsumen pada PT JNE di Kota Bandung
4. Seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PT JNE di Kota Bandung
5. Seberapa besar pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen PT JNE di Kota Bandung
6. Seberapa besar pengaruh harga dan *people* terhadap kepuasan konsumen PT JNE di Kota Bandung

Kemudian pengertian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2018: 36) adalah suatu “penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.” Pada penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor enam yaitu “seberapa besar pengaruh harga dan *people* terhadap kepuasan konsumen PT JNE di Kota Bandung.”

3.2 Definisi Variabel Penelitian dan Operasional Variabel Penelitian

Definisi variabel merupakan penjabaran variabel mengenai makna batasan sejauh mana penelitian tersebut akan dilakukan. Operasional variabel diperlukan untuk mengubah masalah yang diteliti berupa variabel. Dengan variabel-variabel inilah peneliti bisa mengolah sehingga dapat diketahui cara memecahkan masalah. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X1) Harga, variabel (X2) yaitu *People*, variabel (Y) yaitu Kepuasan Konsumen. Dimana masing-masing variabel didefinisikan dan dibuat operasional variabelnya.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian, variabel penelitian merupakan salah satu faktor yang penting dan perlu diperhatikan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya. Variabel merupakan penjelasan tentang variabel-variabel yang akan diteliti untuk menetapkan mana variabel bebas (*independent variable*), dan variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel bebas (*independent*), dan satu variabel terikat (*dependent*). Berdasarkan judul penelitian yaitu: “Pengaruh Harga dan *People* terhadap Kepuasan Konsumen” maka penulis akan melakukan penjelasan mengenai masing-masing variabel yang digunakan, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel yang mempengaruhi variabel lainnya atau variabel yang diduga sebagai penyebab dari variabel lain. Variabel bebas dinyatakan dalam bentuk “X” di mana Harga (X1) dan *People* sebagai (X2). Adapun variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Harga : Menurut Gitosudarmo (2019) harga ialah sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan produk-produk tertentu berupa barang atau jasa
- b. *People* : Menurut Zeithaml (2016:26) *people* dapat diartikan semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli: yakni, personel perusahaan dan konsumen dalam lingkungan pelayanan

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Maka yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen. Menurut Tjiptono (2020:17), Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah proses mendefinisikan variabel dengan tegas, sehingga menjadi faktor-faktor yang dapat diukur. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang akan diteliti, yaitu Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) sebagai variabel independen, dan Kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel dependen. Berikut adalah tabel mengenai konsep dan indikator dari variabel-variabel tersebut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Harga (X_1) Sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan produk-produk tertentu berupa barang atau	Keterjangkauan harga	Terjangkau	Tingkat terjangkau	Ordinal	1
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Sesuai dengan kualitasnya	Tingkat kesesuaian dengan kualitasnya	Ordinal	2
	Kesesuaian	Manfaat yang	Tingkat	Ordinal	3

jasa. Gitosudarmo (2019)	harga dengan manfaat Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga Kompetensi	diterima Dapat bersaing dengan lainnya	manfaat yang diterima Tingkat daya saing dengan lainnya	Ordinal	4
People (X2) Semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli: yakni, personel perusahaan dan konsumen dalam lingkungan pelayanan Zeithaml (2016:26)	Kesopanan	Kemampuan Kerja Karyawan	Tingkat kemampuan kerja karyawan	Ordinal	5
		Perilaku Karyawan	Tingkat perilaku karyawan	Ordinal	6
		Cara berbicara	Tingkat berbicara dengan sopan kepada konsumen	Ordinal	7
		Menghargai konsumen	Tingkat menghargai konsumen	Ordinal	8
	Komunikatif	Keefektifan dalam berkomunikasi	Tingkat keefektifan dalam berkomunikasi	Ordinal	9
		Cara berkomunikasi dengan mudah dan dipahami	Tingkat berbicara yang mudah dipahami	Ordinal	10
		Kebersihan	Tingkat kerapihan dalam berpakaian	Ordinal	11
	Keramahan	Seragam yang rapi	Tingkat kesadaran karyawan terhadap kebersihan	Ordinal	12
		Keramahan dalam memberikan pelayanan	Tingkat keramahan dalam memberikan pelayanan	Ordinal	13
		Perhatian dalam menanggapi permintaan dan keluhan	Tingkat menghadapi permintaan dan keluhan dari konsumen	Ordinal	14
Kinerja		Harga	Tingkat kepuasan konsumen terhadap harga	Ordinal	15
	People	Tingkat kepuasan	Ordinal	16	
Kepuasan Konsumen (Y) Perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari					

<p>membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Tjiptono (2020:17)</p>	<p>Harga</p>	<p>konsumen terhadap kinerja pengiriman Tingkat harapan konsumen terhadap <i>harga</i> yang diberikan Tingkat harapan konsumen terhadap <i>kinerja jasa</i> yang diberikan</p>	<p>Ordinal</p>	<p>17</p>
<p>Harapan</p>	<p><i>People</i></p>		<p>Ordinal</p>	<p>18</p>

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Sampel merupakan sebagian atau bertindak sebagai perwakilan dari populasi sehingga hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan pada populasi. Penarikan sampel dapat diperlukan jika populasi yang diambil sangat banyak, dan peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau seluruh populasi maka peneliti perlu mendefinisikan populasi target dan populasi terjangkau baru kemudian menentukan jumlah sampel dan teknik sampling yang digunakan.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:117) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi penelitian dalam penyusunan skripsi adalah para konsumen JNE cabang Station Center Gedebage. Berikut data pengunjung dari pada bulan januari hingga juni 2023.

Tabel 3.2 Jumlah Konsumen JNE Station Center Gedebage Kota Bandung (2023)

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	9.170
Februari	6.616
Maret	9.831
April	9.680
Mei	9.466
Juni	7.759
Total	52.522
Rata rata	8.753

Sumber : PT JNE Station Gedebage 2023

Berdasarkan tabel 3.2 di atas, populasi penelitian merupakan jumlah penduduk di Kota Bandung, yang aka diambil dari bulan januari hingga juni yaitu rata rata jumlah konsumen JNE Station Center Gedebage 8.753 orang.

3.3.2 Sampel

Suatu penelitian memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Sehingga diperlukan sebagian dari populasi yang dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2018:127) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel

yang diambil harus dapat mewakili populasi yang ada pada penelitian. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian dari segi waktu hingga jumlah populasi yang banyak. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *slovin* untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diteliti. Cara menentukan ukuran sampel dengan metode slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e² = Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Jadi :

$$\frac{8.753}{1 + 8.753(0.1)^2}$$

n = 98,87 dibulatkan menjadi 99

Jumlah populasi yaitu sebanyak 100 orang dengan tingkat kesalahan yang ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90% sehingga sampel yang diambil untuk perwakilan populasi tersebut adalah 100 responden dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2018:128) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2018:131) *non probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Non probability sampling terdiri dari sampling sistematis, kuota, insidental, jenuh, *purposive* dan *snowball sampling*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *sampling insidental*, menurut Sugiyono (2018:133) *sampling insidental* adalah 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.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, yaitu :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian.

Menurut Sugiyono (2021:296) jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada salah satu cabang terbesar di Kota Bandung yaitu PT JNE Cabang JNE Station Center Gedebage. Menurut Sugiyono (2021:298) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung dengan konsumen PT JNE di Kota Bandung dengan tujuan untuk memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono (2021:304) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan fenomena atau permasalahan yang harus diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018: 142). Kuisisioner metode pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan atau pernyataan yang disertai dengan alternatif jawaban, kemudian disebarkan secara langsung kepada responden sehingga hasil pengisiannya akan jauh lebih jelas dan akurat. Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup, yaitu setiap pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam

kuisisioner telah ditentukan alternatif jawabannya. Jadi, responden tidak bisa memberikan jawaban secara bebas.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

File atau dokumen yaitu pengumpulan data dengan mengumpulkan data file laporan perusahaan dan data yang berhubungan dengan penelitian.

a. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi perpustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu *literature – literature*, buku – buku yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

b. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian dianggap relevan, dengan topik pendidikan

c. Internet

Dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian merupakan alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2018:156) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan.

Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukur dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *product moment*. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item. Jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika negatif maka item

tersebut dinyatakan tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau diganti dengan pernyataan perbaikan. Cara mencari nilai korelasi adalah 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 = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor item instrumen

$\sum Y$ = Jumlah total skor jawaban

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum XY$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Dasar pengambilan keputusan:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan 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 Realibilitas

Uji reliabilitas untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2021:176) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*. Berkenaan dengan hal tersebut peneliti melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut :

Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokan dalam kelompok ganjil dan genap.

- a. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
- b. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus yang disajikan sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{AB} = Korelasi Pearson Product Moment
A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

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

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

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

Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

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

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut:

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

tidak reliabel.

Berdasarkan pernyataan di atas setelah dinyatakan valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas, hal tersebut juga dapat diartikan bahwa suatu alat ukur harus konsisten sehingga untuk mengetahui kekonsistennya dilakukanlah uji reliabilitas ini, berkenaan dengan hal tersebut keandalan suatu alat ukur dilihat dengan menggunakan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reliabilitas, yang dapat dilihat bahwa apabila koefisien reliabilitas dari instrumen penelitian lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan *modus*, *median*, *mean*, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat

perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2021:207).

Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Berdasarkan pendapat yang telah di paparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1) = harga dan (X_2) = *people* terhadap variabel dependen (Y) = kepuasan konsumen.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dimana variabel X_1 (harga), variabel X_2 (*people*), dan variabel Y (kepuasan konsumen), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda. Menurut Sugiyono (2021:49) analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

$$\text{Nilai rata - rata} = \frac{\sum(\text{frekuensi} \times \text{bobot})}{\sum \text{sampel} (n)}$$

Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item negatif). Pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2021:152) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Terdapat lima kategori pembobotan dalam skala likert ialah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

Bentuk Pernyataan	Alternatif Jawaban	Skor
Positif	Sangat Setuju	5
	Setuju	4
	Kurang Setuju	3
	Tidak Setuju	2
	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2018:95)

Mengacu pada ketentuan tersebut, maka jawaban dari setiap responden dapat dihitung skornya yang kemudian skor tersebut ditabulasikan untuk menghitung validitas dan reliabilitasnya. Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut :

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}}$$

Keterangan:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

$$\text{Lebar Skala} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat diketahui kategori skala tabel sebagai berikut :

Tabel 3.4 Kategori Skala

Interval	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat tidak baik/sangat rendah
1,81 – 2,60	Tidak baik/rendah
2,61 – 3,40	Cukup/sedang
3,41 – 4,20	Baik/tinggi
4,21 – 5,00	Sangat baik/sangat tinggi

Sumber : Sugiyono (2017:184)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Selain menggunakan analisis deskriptif dalam menjawab rumusan masalah penelitian ini, peneliti juga menggunakan analisis verifikatif. Penelitian ini menggunakan penelitian analisis verifikatif dimana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang menggunakan perhitungan statistik. Yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Sugiyono (2018:56) analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang digunakan untuk menguji teori dan penelitian yang menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode berikut ini :

1.6.2.1 Method of Successive Internal (MSI)

Data *Method Of Succeshive Interval* merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Data yang didapatkan dari penelitian ini berupa data yang berskala ordinal. Agar memudahkan dalam pengolahan data maka data harus

terlebih dahulu diubah menjadi data berskala interval. Untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan teknik. *Method Of Succeshive Interval*.

Langkah – langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan)
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut proporsi
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal

Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z

Menentukan nilai Skala (*scale value* atau SV)

$$SV = \frac{\text{Density at lowe limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{re under upper limit} - \text{Are under lower limit}}$$

5. Menghitung skor hasil informasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus :

$$Y = sv + (k) K = 1 (Svmin)$$

Untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke dalam skala interval, maka penulis menggunakan media komputerisasi

dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda Karena penelitian inidilakukan untuk mengetahui pengaruh harga (X1) dan *people* (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

α = Bilangan konstanta

b1= Koefisien regresi

b2 = Koefisien regresi

X1 = Harga

X2 = *People*

e = Tingkat kesalahan (standard eror)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antar variabel X₁,X₂, terhadap Y, dengan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$R = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Dimana:

R = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat

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

Untuk memperoleh nilai $JK_{regresi}$ perhitungan dengan menggunakan rumus :

$$JK_{regresi} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Dimana :

$$\sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

Untuk memperoleh nilai $\sum Y^2$ digunakan rumus :

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

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

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 , dan variabel Y

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat korelasi.

Interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variable-variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2013) seperti tertera pada tabel berikut :

Tabel 3.5 Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017:184)

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh harga (X_1), *people* (X_2), terhadap kepuasan konsumen (Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.6.4 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Uji F dilaksanakan dengan langkah membandingkan dari F_{hitung} dari F_{tabel} . Nilai F_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian ANOVA. Hipotesis statistik yang diajukan, sebagai

berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2, = 0$, Tidak terdapat pengaruh Harga (X_1) dan *People* (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

$H_a : \beta_1, \beta_2, \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Harga (X_1) dan *People* (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu $\alpha = 0,1$.

Selanjutnya hasil hipotesis F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

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

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

3.6.5 Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji T dilaksanakan dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan nilai T_{tabel} . Nilai T_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficients*. Berikut ini adalah langkah-langkah dengan menggunakan uji T :

Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H_0) dn hipotesis alternatif (H_a) :

$H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

$H_a : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

$H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel *People* (X_2) terhadap

Kepuasan Konsumen (Y).

$H_0 : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel *People* (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 0,1$. Nilai T_{hitung} dibandingkan dengan T_{tabel} dan ketentuannya sebagai berikut :

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

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

3.6.6 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) atau *adjusted R²* bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R^2 atau *adjusted R²* adalah diantara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya jika mendekati nol.

Dalam uji linear berganda, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh X_1 , X_2 dan variabel Y. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus :

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

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi berganda

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen 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 penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel.

Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa ke responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan peneliti seperti adanya terdapat pilihan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengkaji pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PT JNE di Kota Bandung. Penelitian dilakukan secara lokal di Kota Bandung, dengan periode pelaksanaan mulai dari bulan November sampai Desember 2023.