

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian merupakan suatu alat yang didalam pencapaian tujuannya berguna untuk memecahkan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2021:2) metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan permasalahan yang diteliti dengan cara yang sesuai prosedur penelitian. Secara rinci teknik pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen Armor Genuine Coffee & Roastery Sunda dengan mengumpulkan berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dalam penelitian. Metode penelitian ada dua jenis, yaitu metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang mampu menggambarkan karakteristik populasi atau fenomena yang sedang diteliti. Metode penelitian satu ini fokus utamanya adalah dengan menjelaskan objek penelitiannya.

Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2021:64) metode deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap nilai variabel

mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel itu sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel dengan variabel lain. Metode deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama sampai dengan empat. Menurut Sugiyono (2018:35) merupakan metode verifikatif penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Metode verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang kelima. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2019:16-17) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/artistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi operasional pada penelitian adalah unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terikat atau merupakan salah satu penyebab.

Menurut Sugiyono (2021:67) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik

kesimpulannya. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independent variabel), variabel terikat (dependent variabel). Adapun Menurut Sugiyono (2021:69) variabel bebas (independen) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel terikat (dependen) menurut Sugiyono (2021:68) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau mulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Penelitian ini terdapat empat variabel yang akan diteliti, variabel Kualitas Produk (X^1), Kualitas Pelayanan (X^2), dan Persepsi Harga(X^3) sebagai variabel independen dan Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel dependen. Berikut ini adalah penjelasan mengenai variabel dari masing-masing variabel yaitu :

1. Kualitas produk (X^1)

Menurut Assauri (2018: 45), kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan tersebut diantaranya keawetan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian serta atribut bernilai lainnya.

2. Kualitas Pelayanan (X^2)

Menurut Fandy Tjiptono, Ph.D. (2015:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

3. Persepsi Harga (X^3)

Menurut Tjiptono (2015:289), harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

4. Kepuasan Konsumen (Y)

Kotler & Keller (2012) dalam buku Tjiptono (2019:378) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

3.2.1 Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substansial dari suatu konsep, tujuannya agar mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, oleh karena itu harus memasukkan proses atau operasional alat yang digunakan untuk kuantifikasi gejala variabel yang diteliti. Sesuai dengan judul penelitian yaitu pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga terhadap kepuasan konsumen maka terdapat empat variabel yang digunakan untuk mendapatkan dimensi variabel, kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator lalu dikembangkan menjadi item-item pertanyaan atau pertanyaan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No		
<p>Kualitas Produk(X₁)</p> <p>Kualitas produk merupakan factor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan</p> <p>Assauri (2018:45)</p>	(Performance) Kinerja	Kualitas Bahan yang digunakan oleh Armor Genuine Coffee Sunda sangat baik	Tingkat kualitas bahanyang diinginkan di Armor Genuine Coffee Sunda sangat baik	Ordinal	1		
		Produk Armor Genuine Coffee Sunda memiliki bahan baku yang Sangat aman saat digunakan	Tingkat kualitas Armor Genuine Coffee Sunda sangat aman dan sesuai saat digunakan	Ordinal	2		
	(Durability) daya tahan	Kekuatan daya tahan produk sudah cukup baik	Tingkat Armor Genuine Coffee Sunda memiliki daya tahan produk yang cukup baik	Ordinal	3		
	(Conformance to specifications) kesesuaian dengan spesifikasi	Kesesuaian harga dengankualitas yang diberikan	Tingkat harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas Produk	Ordinal	4		
	(Features) fitur	Kualitas produk yangdigunakan Armor Genuine Coffee Sunda sangat baik	Tingkat Armor Genuine Coffee Sunda memiliki kualitas produk yang sangat baik	Ordinal	5		
	(Reliability) Kehandalan		Genuine Armor Coffee Sunda mempunyai konten yang menarik	Tingkat Armor Genuine Coffee Sunda mempunyai konten yang menarik	Ordinal	6	
			Kesesuaian produk denganmanfaat yang dirasakan	Tingkat kesesuaian produk dengan manfaat yang dirasakan	Ordinal	7	
		(Aesthetics) estetika		Ketahanan kualitas produk Armor Genuine Coffee Sunda sangat baik	Tingkat ketahananproduk	Ordinal	8
				Penampildandan desain pada produk	Tingkat penampildan dan desain pada produk	Ordinal	9
			Daya Tarik Produk	Tingkat daya tarik produk	Ordinal	10	

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
	<i>(Perceived Quality)</i> Kesan Kualitas	Presepsi konsumen setelah melakukan pembelian	Tingkat persepsi konsumen setelah melakukan pembelian	Ordinal	11
		Kesan konsumen dan reputasi toko	Tingkat kesan konsumen dan reputasi toko	Ordinal	12
	<i>(Serviceability)</i> Kemampuan pelayanan	Kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik	Tingkat kualitas pelayanan	Ordinal	13
Kualitas Pelayanan (X2) Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan Fandy Tjiptono, Ph.D. (2015: 157)	<i>(Reliability)</i>	Kualitas layanan yang diberikan sudah sesuai SOP	Tingkat layanan yang diberikan sudah sesuai SOP	Ordinal	14
		Ketelitian Karyawan dalam mencatat pesanan	Tingkat ketelitian karyawan dalam mencatat pesanan	Ordinal	15
	<i>(Responsiveness)</i>	Memberikan layanan dengan cepat	Tingkat layanan dalam memberikan dengan cepat	Ordinal	16
	<i>(Assurances)</i>	Pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam menjamin mutu sehingga konsumen yakin	Tingkat kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam menjamin mutu sehingga membuat konsumen puas	Ordinal	7
	<i>(Empathy)</i>	Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi dengan jelas	Tingkat kemampuan karyawan dalam menjelaskan informasi	Ordinal	18
		Memberikan perhatian terhadap konsumen	Tingkat dalam memberikan perhatian terhadap konsumen	Ordinal	19
		Menyapa dan menyambut konsumen dengan sesuai SOP	Tingkat dalam menyapa konsumen dengan sesuai SOP	Ordinal	20
	<i>(Tangibles)</i>	Fasilitas yang diberikan Armor Coffee sudah sesuai dengan harapan konsumen	Tingkat fasilitas yang diberikan Armor Coffee sudah sesuai dengan harapan konsumen	Ordinal	21
		Warna, bentuk dan ukuran	Tingkat kesesuaian warna, bentuk dan ukuran	Ordinal	22

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
<p>Persepsi harga (X^3)</p> <p>Harga satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi Perusahaan.</p> <p>Tjiptono (2015: 289)</p>	Keterjangkauan harga	Harga sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen	Tingkat harga yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen	Ordinal	23
		Harga Terjangkau sehingga dapat menarik konsumen	Tingkat harga yang terjangkau dapat menarik konsumen	Ordinal	24
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kualitas produk dengan kualitas harga sesuai	Tingkat kualitas produk dengan kualitas harga sesuai	Ordinal	25
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga yang diberikan oleh Armor sesuai dengan manfaat produk yang diberikan	Tingkat harga yang diberikan Armor sesuai dengan manfaat produk yang diberikan	Ordinal	26
	Harga Sesuai kemampuan atau daya saing harga konsumen	Harga yang ditetapkan dapat mempengaruhi konsumen	Tingkat harga yang ditetapkan dapat mempengaruhi konsumen	Ordinal	27
<p>Kepuasan Konsumen (Y)</p> <p>Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.</p> <p>Kotler & Keller (2012),</p>	<i>Perfomance</i>	Kinerja ataupun daya tahan suatu produk mampu mempengaruhi reputasi penjual	Tingkat Kinerja ataupun daya tahan suatu produk mampu mempengaruhi reputasi penjual	Ordinal	28
		Karyawan teliti, tanggap, dan cekatan	Tingkat karyawan teliti, tanggap, cekatan	Ordinal	29
	<i>Features</i>	Karakteristik dari Armor Genuine dapat membuat pelengkap yang khusus bagi pengalaman pemakaian suatu produk	Tingkat Karakteristik dari Armor Genuine dapat membuat pelengkap yang khusus bagi pengalaman pemakaian suatu produk	Ordinal	30
	<i>Service ability</i>	Pelayanan ramah, cekatan, sopan, dan sangat peka terhadap konsumen	Tingkat pelayanan yang diberikan oleh Armor genuine coffee sunda	Ordinal	31
<i>Aesthetic</i>	Produk dan tempat suasana yang nyaman	Tingkat produk dan tempat suasana yang nyaman	Ordinal	32	

Sumber : Data Diolah Peneliti 2023

3.3 Populasi Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi dan sampel dalam penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai yang diharapkan. Menurut Sugiyono (2017:117) sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Armor Genuine Coffee Sunda Bandung yang berlokasi di Jl.Sunda No.8, Burangrang, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40261. Dapat dilihat pada tabel di bawah memperlihatkan data pengunjung pembelian pada Armor Genuine Coffee Sunda :

Tabel 3.2
Data Pengunjung Di Armor Genuine Coffee Sunda

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	850
2	Februari	900
3	Maret	750
4	April	624
5	Mei	553
6	Juni	563
7	Juli	440
8	Agustus	329
Total		5.009
Rata-Rata		626

Sumber: Data Armor Genuine Coffee Sunda 2023

Berdasarkan tabel 3.2 menunjukkan bahwa jumlah populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung Armor Genuine Coffee Sunda Kota Bandung pada tahun 2023 sebanyak 5.009/8 bulan = 626 konsumen. Jumlah dibagi 8 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari data internal Armor Genuine Coffee Sunda Kota Bandung.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel dalam penelitian ini dengan mengambil besarnya sampel dapat dilakukan secara statistik maupun secara estimasi penelitian tanpa melupakan sifat representatifnya dalam artian sampel tersebut harus mencerminkan sifat dari populasinya.

Menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin dalam Calvin (2020:52) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=10\%$ adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan dalam sampel ini adalah 10%)

Jumlah dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90% sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar :

$$\text{Rumus Slovin : } n = \frac{626}{1+626(0,1)^2}$$

$n = 86.22589$ dibulatkan menjadi 87

Jadi diketahui dari perhitungan untuk ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 86.22589 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka sampel digenapkan menjadi 87 orang dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2019:62) mendefinisikan teknik sampling bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Beberapa teknik sampling yang digunakan yaitu Probability Sampling dan Non probability Sampling.

Teknik probability sampling menurut Sugiyono (2017:82) yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling yaitu adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel penelitian.

Teknik non probability sampling menurut Sugiyono (2017:83) yang digunakan yaitu dengan sampling insidental yaitu teknik penentuan sampel penelitian berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu

dan juga dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui dan cocok untuk diambil sebagai sumber data. Penelitian ini sampelnya adalah konsumen atau pengunjung yang sudah pernah membeli berulang kali di Armor Genuine Coffee Sunda Bandung.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mempunyai beberapa teknik. Teknik pengumpulan data yang ada di dalam pengumpulan data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2019:137) pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting berbagai sumber dan berbagai cara. Kualitas instrumen penelitian (validitas dan reliabilitas) dan kualitas pengumpulan data (cara yang digunakan untuk mengumpulkan data) adalah hal penting dalam penelitian untuk mendapatkan dan menghasilkan kualitas data penelitian yang baik. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian Lapangan (*Field Research*) yaitu mengumpulkan data dengan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah diteliti.

Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari:

- a) Wawancara (*Interview*) yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung dengan responden yang tujuannya untuk memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

b) Penyebaran Angket (Kuesioner) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan angket yang berisi pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada responden untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan agar mendapatkan informasi objek yang dijadikan permasalahan pada penelitian.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data melalui sumber-sumber tidak langsung yang berkaitan dengan topik bahasan, seperti penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan, literatur-literatur, dokumen yang ada kaitannya dengan objek penelitian, misalnya :

- a. Buku-buku yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian.
- b. Jurnal yaitu data yang berhubungan dengan penelitian yang membahas topik yang sama dan dianggap relevan dengan topik penelitian.
- c. Internet yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

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 untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian. Uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat

dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu alat yang digunakan menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2018:267) uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subjek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat diukur untuk mengukur apa seharusnya diukur. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara analisis faktor, yaitu mengkorelasikan antara skor butir soal dengan total dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

R = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

Y = Skor total instrumen

N = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel

$\sum XY$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

Σxy = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

Σy^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Uji validitas kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SPSS dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai r tabel

Uji validitas kuesioner dilakukan secara satu arah karena hipotesis yang dirumuskan menunjukkan arah positif.

2. Mencari r hasil

Nilai r hasil setiap item kuesioner penelitian ini dapat dilihat pada kolom *corrected item – total correlation* dalam hasil pengolahan data menggunakan SPSS. Nilai-nilai tersebut menunjukkan nilai korelasi butir-butir pertanyaan terhadap skor totalnya. Nilai hitung tersebut dibandingkan dengan r hasil

3. Mengambil keputusan

Dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis adalah:

- a. Jika $r \text{ hasil} > r \text{ tabel}$, maka butir variabel dinyatakan valid
- b. Jika $r \text{ hasil} < r \text{ tabel}$, maka butir variabel dinyatakan tidak valid

Menurut Sugiyono (2017:125) untuk mencari validitas sebuah item, harus mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Hasil dari uji validitas ini dapat dilihat pada bagian *Item- Total Statistic* dan untuk melihat hasil dari masing-masing responden dapat dilihat dalam tabel *Item-Total Correlation*.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2018:268) uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliabel, tidak dapat diproses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang menyimpang. Alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu. Alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *split-half* yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *spearman brown* dibawah ini:

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

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan genap

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

$$r = rb_1 + rb_2$$

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

rb = Korelasi pearson product moment antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7 mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (rb hitung), nilai reliabilitas instrumen (rb hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel. 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 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.. Menurut Sugiyono (2017:148) dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi. Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1) Kualitas Produk, (X_2) Kualitas Pelayanan, (X_3) Persepsi Harga dan variabel dependen (Y) Kepuasan Konsumen.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel (X_1) Kualitas Produk, variabel (X_2) Kualitas Pelayanan, variabel (X_3) Persepsi Harga, dan variabel (Y) Kepuasan Konsumen. Menurut Sugiyono (2021:64) analisis 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. Kuesioner memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item negatif). Menurut Sugiyono (2017:93) skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif.

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2017:160)

Berdasarkan tabel 3.3 dapat diketahui bahwa dalam pertanyaan-pertanyaan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Kuesioner

penelitian ini akan menggunakan pertanyaan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua) dan sangat tidak setuju memiliki nilai 1 (satu). Pertanyaan- pertanyaan yang berhubungan dengan variabel dependen dan independen diatas dalam operasional variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner.

Skala likert digunakan untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan, setelah setiap indikator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya digambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan dengan jumlah responden untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

$$\frac{\sum \text{Jumlah Kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

Mengkategorikan dan mengklasifikasikan kecenderungan jawaban responden ke dalam skala dengan formulasi sebagai berikut :

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

Keterangan :

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

$$\text{NJI (nilai jenjang interval)} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

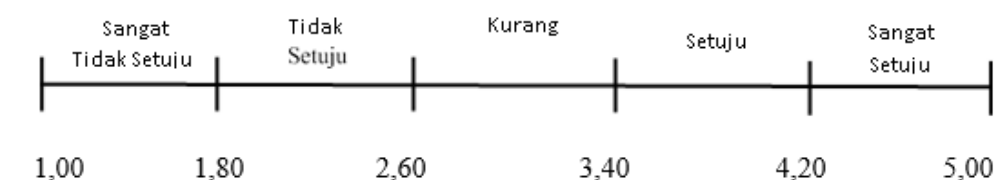
Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa kategori skala tabel yang dapat dilihat pada tabel 3.4 :

Tabel 3.4
Kategori Skala

No	Interval	Kategori
1	1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,81-2,60	Tidak Baik
3	2,61-3,40	Kurang Baik
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2017:95)

Berikut ini merupakan gambar garis kontinum yang disajikan pada gambar 3.1 :



Sumber : Sugiyono (2017:176)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2021:17) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis verifikatif pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar Pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Persepsi Harga (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

3.6.2.1 Method Of Successive Interval (MSI)

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi *interval*, karena penggunaan analisis

linier berganda data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Successive Interval*). Prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala *interval*, oleh karena itu jika hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam

bentuk *interval* untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden disebut porposi.
4. Menentukan porposi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumus sebagai berikut :

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at Upper limit}}{\text{Area Under Upper limit} - \text{Area Under Lower limit}}$$

7. Menghitung skor hasil tranformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus :

$$Y = SV + (\text{Nilai Skala} + 1)$$

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

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1), (X_2) dan (X_3) dengan variabel (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat) apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap, variabel dependen dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau perubahan. Analisis regresi linier berganda adalah jumlah variabel bebas (independen) sebagai prediktor lebih dari satu, analisis linier berganda merupakan metode statistik yang paling jamak dipergunakan dalam penelitian-penelitian sosial, terutama penelitian ekonomi. Menurut Sugiyono (2017:188) adapun persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

X^1 : Kualitas Produk

X^2 : Kualitas Pelayanan

X^3 : Persepsi Harga

b_1, b_2, b_3 : Koefisien Regresi

e : *Standard error*

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X^1 (Kualitas Produk), X^2 (Kualitas Pelayanan), X^3 (Persepsi harga) dan Y Kepuasan Konsumen.

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi ganda merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel (X_1) Kualitas Produk (X_2) Kualitas Pelayanan, (X_3) Persepsi Harga terhadap variabel dependen (Y) Kepuasan Konsumen, hubungan antar variabel ini bisa disebut dengan “koefisien korelasi”. Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat tidaknya hubungan linier antara dua variabel. Berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$r = \frac{JK(reg)}{\sum y^2}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi berganda

Jk regresi = Jumlah kuadrat regresi

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

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

1. Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , X_3 dan variabel Y < semua positif sempurna
2. Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel positif
3. Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Besarnya koefisien korelasi berkisar antara $+1$ s/d -1 . Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linear dan arah hubungan dua

variabel acak. Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.5
Besarnya Koefisien Korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2017:184)

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel X_1 (Kualitas Produk), X_2 (Harga) dan variabel X_3 (*Digital Marketing*) terhadap variabel Y (Minat Beli Ulang). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%). Rumus koefisien determinasi simultan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

R² = Kuadrat dari koefisien ganda

Berdasarkan nilai koefisien determinasi yang telah diperoleh, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat melalui kriteria untuk analisis koefisien determinasi yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
 - 2) Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.
2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X₁ (Kualitas Produk), X₂ (Kualitas Pelayanan) dan X₃ (Persepsi Harga) terhadap variabel Y (Minat Beli Ulang), maka dapat diketahui dengan cara mengalikan nilai *standardized coefficients* beta dengan *correlations (zero order)*, yang mengacu pada hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS for window. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Kd = \beta \times Zero Order \times 100\%}$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

β = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat.

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y lemah.

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y kuat.

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yang perlu diuji kebenarannya dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2017:64) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan bentuk kalimat pertanyaan. Pertanyaan tersebut dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel. Tahap-tahap dalam rancangan pengujian hipotesis ini dimulai dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), pemilihan tes statistik perhitungan nilai statistik dan penetapan tingkat signifikansi. Sesuai dengan metode analisis data yang digunakan, selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis terhadap variabel-variabel yang diteliti.

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan uji f bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen (kualitas produk, harga, *digital marketing*) terhadap variabel dependen (minat beli ulang). Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolak hipotesis. Rumus uji signifikansi koefisien berganda:

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

$(n - K - 1)$ = Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan terakhir maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika angka sig. $\geq 0,10$ maka H_0 diterima
2. Jika angka sig. $< 0,10$ maka H_0 ditolak

Berdasarkan hal tersebut digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau tidak, adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah:

1. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel Persepsi harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kualitas Produk (X_3) terhadap minat beli ulang (Y).
2. $H_1 : b_1, b_2, b_3 \neq 0$: Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel Persepsi harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan kualitas produk (X_3) terhadap minat beliulang (Y).

Tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 0,10$ artinya kemungkinan dari hasil penarikan kesimpulan adalah benar mempunyai probabilitas sebesar 90% atau toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% dan derajat kebebasan $df = n - k - 1$. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- 2) Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima

Bila H_0 diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan, sedangkan penolakan H_0 menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara simultan terhadap suatu variabel dependen.

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistik sebagai berikut :

1. $H_0 : b_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Armor Genuine Coffee Sunda Kota Bandung.
2. $H_1 : b_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk (X_1) terhadap minat kepuasan konsumen (Y) di Armor Genuine Coffee.
3. $H_0 : b_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan Harga (X_2) terhadap Kepuasan konsumen (Y) di Armor Genuine Coffee
 $H_1 : b_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen di Armor Genuine Coffee Sunda Kota Bandung

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 10%, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

k (kelas) = Sub variabel

Pengujian telah dilakukan, maka hasil t hitung dibandingkan dengan t tabel, dengan keuntungan sebagai berikut :

- 1) Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak
- 2) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima

Bila H_0 diterima, maka hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan. Apabila H_0 ditolak hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara parsial terhadap suatu variabel dependen.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab. Menurut Sugiyono (2018:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila mengetahui pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Penyusunan kuesioner digunakan untuk mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga, terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

Tabel 3.6
Rancangan Kusioner

Petunjuk Pengisian Kusioner	
<p>a) Isilah identitas anda dengan lembar yang tersedia. Identitas dan jawaban anda terjamin kerahasiaannya.</p> <p>b) Bacalah setiap kalimat dengan baik dan benar.</p> <p>c) Bacalah seluruh pernyataan jawaban yang telah peneliti siapkan.</p> <p>d) Berilah tanda ceklis () untuk jawaban yang telah disediakan.</p> <p>e) Setiap pertanyaan tersedia 5 (lima) kolom yang masing-masing mewakili nilai dari pendapat anda. Ke-lima kolom tersebut adalah sebagai berikut:</p> <p>SS = Sangat Setuju</p> <p>S = Setuju</p> <p>KS = kurang Setuju</p> <p>TS = Tidak Setuju</p> <p>STS = Sangat Tidak Setuju</p>	
Karakteristik Responden	
Jenis Kelamin	Wanita
	Laki-Laki
Usia	< 18 Tahun
	29-25 Tahun
	26-35 Tahun
	>35 Tahun
Pekerjaan	Pelajar
	Mahasiswa
	Pegawai Swasta
	Wiraswasta
	Lainnya
Penghasilan	< Rp 1.000.000
	Rp1.000.000-Rp 2.500.000
	Rp 2.600.000- Rp. 3.500.000
	> Rp 3.600.000

Frekuensi Kunjungan (dalam satu bulan)	< 3Kali
	>3 Kali

Variabel	Dimensi	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Kualitas Produk	Kinerja	Armor Genuine Coffee Sunda membuat menu yang dihidangkan pada pelanggan dengan bahan-bahan yang terjamin kualitasnya					
		Armor Genuine Coffee Sunda menyajikan menu dengan sangat higienis					
	Daya Tahan	Produk di Armor Genuine Coffee Sunda tidak akan berubah rasa walaupun sudah di hidangkan dengan waktu yang cukup lama					
	Kesesuaian	Armor Genuine Coffee Sunda menetapkan harga produk dengansesuai dengan kualitas produknya Spesifikasi					
	Fitur	Armor Genuine Coffee Sunda menyajikan menu yang membuat konsumen merasa terkesan					
		Armor genuine Coffee Sunda mempunyai konten yang menarik					
	Kehandalan	Menu yang ditawarkan di Armor Genuine Coffee Sunda sesuai dengan manfaat dan kualitas nya					
		Produk di Armor Genuine Coffee Sunda memiliki daya tahan yang baik					
	Estetika	Desain kemasan (<i>packaging</i>) kopi di Armor Genuine Coffee Sunda menarik					
		Saya merasa aroma produk kopi di Armor Genuine Coffee Sunda mempunyai daya tarik tersendiri					
	Kesan Kualitas	Armor Genuine Coffee Sunda memiliki rasa kopi dan makanan yang berbeda dari kedai kopi lain					

Variabel	Dimensi	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
		Armor Genuine Coffee Sunda menyajikan menu yang membuat konsumen merasa terkesan					
	Kemampuan	Kualitas pelayanan yang diberikan Armor Genuine Pelayanan Coffee Sunda sangat baik					
Kualitas pelayanan	Realibilitas	Kualitas layanan yang diberikan Armor Genuine coffee sunda sudah sesuai SOP					
		Karyawan Armor Genuine Sunda ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada konsumen.					
	Daya tanggap	Karyawan Armor Genuine coffee sunda memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian makanan yang dipesan konsumen					
		Karyawan Armor Genuine coffee sunda memberikan kemudahan dalam pemesanan makanan kepada konsumen.					
		Karyawan Armor Genuine coffee sunda tepat dalam melayani konsumen.					
	Jaminan	Armor Genuine coffee sunda memberikan rasa aman kepada konsumen ketika berada di rumah makan					
		Armor Genuine coffee sunda memberikan rasa nyaman kepada konsumen ketika berada di rumah makan.					
	Empati	Karyawan Armor Genuine coffee sunda berkomunikasi dengan baik dan sopan kepada konsumen.					
		Karyawan Armor Genuine coffee sunda bersedia membantu apa yang di					

Variabel	Dimensi	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
		butuhkan konsumen .					
	Bukti Fisik	Karyawan Armor Genuine coffee sunda berpenampilan dengan rapi.					
		Armor Genuine coffee sunda memiliki ruangan yang menarik dan bersih.					
		Armor Genuine coffee sunda menyediakan failitas (parkir, toilet, tempat ibadah).					
Persepsi Harga	Keterjangkauan harga	Harga sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen					
	Kesesuaian harga dengan kualitas	Kualitas produk dengan kualitas harga sesuai					
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga yang diberikan oleh Armor sesuai dengan manfaat produk yang diberikan					
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga yang ditetapkan dapat mempengaruhi konsumen					
Kepuasan Konsumen	Performance	Pelayanan yang diperoleh diArmorGenuineCoffee Sunda sesuai yang diharapkan					
		Karyawan di Coffee Armor Genuine Coffee Sunda teliti, tanggap, dan cekatan					
	Features	Pengalaman saya dalam membeli produk Armor Genuine Coffee Sunda adalah menyenangkan					
	Service Ability	Pelayan di Armor Genuine Coffee Sunda ramah, cekatan, sopan, dan sangat peka terhadap konsumen					
	Aesthetic	Produk dan suasana di Armor Genuine Coffee Sunda nyaman dan sesuai dengan harapan saya					

Sumber : Penulis, 2023

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada Armor Genuine Coffee Sunda Kota Bandung yang berlokasi di Jl. Sunda No.8, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat. Adapun waktu pelaksanaan dimulai pada bulan Januari 2023.