

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2022:2) metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan permasalahan yang diteliti dengan cara yang sesuai prosedur penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen Ai-Cha cabang Logam dengan menggunakan metode survei, dimana peneliti melakukannya untuk mendapatkan data yang sesuai untuk memecahkan masalah, pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (2022:27) metode survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah dari data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”.

Tujuan penelitian survei adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail dengan latar belakang, sifat-sifat,serta karakteristik yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum. Data penelitian yang diperoleh tersebut, dianalisis secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022:31) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada

Menurut Sugiyono (2022:31) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada Filsafat sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2022:35) 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 antar satu variabel dengan variabel lain.

Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui Kualitas produk, *People* dan kepuasan pelanggan yang menjawab rumusan masalah nomor 1 (satu) sampai nomor 3 (tiga). Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2022:37) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah nomor 4 (empat), yang tentunya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan *People* terhadap kepuasan pelanggan Ai-Cha cabang Logam.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti perlu menjelaskan definisi dari variabel penelitian yang berkaitan dan juga memaparkan operasionalisasi variabel

penelitian, dikarenakan hal tersebut merupakan suatu aspek yang memberikan informasi mengenai variabel yang tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi kualitas produk (X1), *people* (X2) dan Kepuasan pelanggan (Y). Variabel – variabel tersebut kemudian disatukan dalam suatu operasionalisasi variabel berdasarkan dimensi, indikator, ukuran serta skala penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2022:67) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*), variabel terikat (*dependent variable*). Adapun Menurut Sugiyono (2022:69) variabel bebas (*independent*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Sedangkan variabel terikat (*dependent*) menurut Sugiyono (2022:68) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

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

1. Kualitas produk (X1)

Menurut Kotler et al (2022:187) “*Quality is the totality of features and characteristic of a products or services that bea on its ability to satisfy stated or implied customer needs*”.

2. *People* (X2)

Menurut Fandy Tjiptono (2019:62) *people* atau orang dapat diartikan bahwa semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli.

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

Kepuasan pelanggan (Y)

Menurut Rambat Lopiyoadi (2019:136) kepuasan pelanggan adalah kepuasan pelanggan adalah sejauh mana produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menjabarkan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Untuk mengetahui secara lebih jelas, maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p>Kualitas Produk (X1)</p> <p><i>“Quality is the totality of features and characteristics of a products or services that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs”.</i></p> <p>Kotler et al (2022:187)</p>	<i>Performance</i>	Citra rasa produk	Tingkat citra rasa produk	Ordinal	1
		Tekstur produk	Tingkat kelembutan tekstur produk	Ordinal	2
		Porsi produk	Kesesuaian Porsi <i>ice cream</i> dan topping dengan <i>ai-cha</i> cabang lainnya	Ordinal	3
	<i>Features</i>	Variasi menu	Tingkat variasi menu	Ordinal	4
		Variasi topping	Tingkat variasi topping	Ordinal	5
	<i>Reability</i>	Kualitas rasa yang tetap	Tingkat kekonsistenan rasa dari produk	Ordinal	6
		Kehigienisan produk	Tingkat kebersihan alat-alat yang berhubungan dengan penyajian produk	Ordinal	7
	<i>Conformance quality</i>	Kesuaian produk dengan gambar pada menu	Tingkat kesesuaian produk dengan gambar pada menu	Ordinal	8
		Kesesuaian rasa produk dengan spesifikasi pada menu	Tingkat kesesuaian rasa produk dengan spesifikasi pada menu	Ordinal	9
	<i>Durability</i>	Batas masa expired dalam penyimpanan jangka panjang (dalam lemari es)	Tingkat lamanya masa expired produk dalam penyimpanan jangka Panjang (dalam lemari es)	Ordinal	10
		Daya tahan tekstur produk	Tingkat daya tahan tekstur	Ordinal	11

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		diluar lemari es	produk diluar lemari es		
	<i>Service ability</i>	Makanan disajikan dengan cepat	Tingkat kecepatan penyajian makanan	Ordinal	12
		Makanan disajikan dengan tepat	Tingkat ketepatan penyajian makanan	Ordinal	13
	<i>Aesthetic</i>	Tampilan produk menarik	Tingkat keindahan tampilan produk	Ordinal	14
		Desain kemasan produk unik dan menarik	Tingkat keunikan dan keindahan desain kemasan produk	Ordinal	15
	<i>Perceived quality</i>	Harga produk terjangkau	Tingkat harga produk ai-cha terjangkau dibandingkan produk pesaing sejenis	Ordinal	16
		Kesesuaian kualitas produk dengan harga yang ditawarkan	Tingkat kesesuaian kualitas produk dengan harga yang ditawarkan	Ordinal	17
People atau orang (X2) Dapat diartikan bahwa semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Fandy	Kompetensi	Kesigapan kerja karyawan dalam melayani pelanggan	Tingkat Kesigapan kerja karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	18
		Karyawan teliti dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga minim kesalahan kerja	Tingkat ketepatan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	Ordinal	19
	Kesopanan	Karyawan melayani dengan sangat sopan	Tingkat kesopanan Karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	20

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Tjiptono (2019:62)		Karyawan melayani dengan sangat ramah	Tingkat Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	21
	Selektif	Karyawan selektif dalam menggunakan alat untuk menjamin kehygenisan proses pembuatan produk	Tingkat keselektifan karyawan dalam menggunakan alat untuk menjamin kehygenisan proses pembuatan produk kemampuan karyawan untuk menjawab pertanyaan	Ordinal	22
		Karyawan selektif dalam ,meyortir kemasan produk, sehingga, kemasan produk diterima pelanggan dengan keadaan baik	Tingkat Ketepatan Karyawan dalam melaksanakan	Ordinal	23
	Komunikatif	Karyawan sigap memberikan informasi terkait produk yang persediannya sudah habis	Tingkat kesigapan Karyawan dalam memberikan informasi terkait persediaan produk yang sudah habis	Ordinal	24
		Karyawan cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	Tingkat kemampuan Karyawan dalam memberikan informasi produk pada menu dengan bahasa yang baik	Ordinal	25
Kepuasan konsumen (Y)	<i>Performance (kinerja)</i>	Kepuasan pelanggan terhadap <i>people/karyaw</i>	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap <i>people/karyawan</i>	Ordinal	26

Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
kepuasan pelanggan adalah sejauh mana produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Rambat Lopiyoadi (2019:136)		an ai-cha cabang logam	ai-cha cabang logam		
		Kepuasan terhadap kualitas produk yang diberikan	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan	Ordinal	27
	<i>Expectation (harapan)</i>	Pelayanan yang diberikan oleh people/laryawan an ai-cha cabang logam sesuai dengan harapan	Tingkat Pelayanan yang diberikan oleh people/laryawan an ai-cha cabang logam sesuai dengan harapan	Ordinal	28
		Kualitas dari produk sesuai dengan harapan	Tingkat kualitas produk sesuai dengan harapan	Ordinal	29

Sumber : Data Diolah Oleh Penulis, 2024

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti, sehingga permasalahan yang dan dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi maka peneliti dapat melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah penelitian ada yang disebut sampel, yaitu bagian dari populasi. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian. Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai pengertian dan penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Ai-Cha Cabang Logam adapun jumlah data konsumen Ai-Cha yang akan peneliti sajikan yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2

Data Pengunjung Ai-Cha Cabang Logam Tahun 2023

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	462
2	Februari	517
3	Maret	528
4	April	503
5	Mei	496
6	Juni	481
7	Juli	512
8	Agustus	497
9	September	488
10	Oktober	469
11	November	473
12	Desember	481
Jumlah		5.907
Rata-rata		492,25

Sumber : Data Internal Ai-Cha Cabang Logam

Berdasarkan tabel 3.2 di atas, maka jumlah rata-rata populasi Ai-Cha Cabang Logam, Bandung adalah sebanyak 5.907. Hasil tersebut didapat dari total jumlah keseluruhan pengunjung yang datang selama bulan Januari 2023 sampai dengan bulan Desember 2023, kemudian di bagi dengan jumlah bulan tersebut didapati hasil rata-rata populasi sebesar 492,25 untuk kemudian dijadikan sampel.

3.3.2 Sampel

Suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2022:82) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus slovin sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error tolerance) sebesar 10%

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung yang peneliti sajikan pada halaman selanjutnya sebagai berikut :

$$n = \frac{492,25}{1 + 492,25 (0,1)^2} = \frac{492,25}{5,9225} = 83,11 \text{ atau } 83$$

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 83,11 atau 83 orang. Penelitian ini menggunakan batas kesalahan 10% yang berarti memiliki tingkat akurasi 90%. Jumlah tersebut akan dijadikan ukuran sampel penelitian di Ai-Cha Cabang Logam.

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2022:85) “Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian”. Terdapat dua pendekatan dalam teknik *sampling* yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan jenis sampling insidental.

Menurut Sugiyono (2021:86) “*Nonprobability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Menurut Sugiyono (2022:87) “*Sampling* insidental adalah teknik penentuan sampel kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik penentuan sampel yang disebarakan melalui *Google Form* kepada responden laki-laki dan perempuan yang pernah membeli produk Ai-Cha cabang Logam dengan menetapkan beberapa kriteria terlebih dahulu. Pada halaman berikutnya peneliti akan melampirkan karakteristik responden dari *sampling* insidental yang akan digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Pelanggan	Keterangan
1	Jenis kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2	Usia	1. < 18 Tahun 2. 18 – 23 Tahun 3. 24 – 29 Tahun 4. 30 – 35 Tahun 5. > 35 Tahun
3	Pekerjaan	1. Pelajar 2. Mahasiswa 3. Wirausaha 4. Pegawai 5. Ibu Rumah Tangga
6	Frekuensi Berkunjung	1. 1 Kali per-bulan 2. > 1 kali per-bulan

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti, 2024

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2022:124) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian dilapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Observasi

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung Ai-Cha Cabang Logam. Menurut Sugiyono (2022:135) observasi

yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak Ai-Cha Cabang Logam. Menurut Sugiyono (2022:135) 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 suatu alat ukur yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian akan dijawab langsung oleh responden, yaitu dalam penelitian ini adalah konsumen Ai-Cha Cabang Logam. Menurut Sugiyono (2022:135) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi literatur adalah usaha untuk menggunakan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu jurnal, internet dan buku-buku yang berkaitan dengan objek.

3.5 Uji Instrumen Peneliti

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2022:137) “Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti”. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk menunjukkan derajat ketetapan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2022:137) “Pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti”. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku. Menurut Sugiyono (2022:137) 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 *person product moment*

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

n = Jumlah responden dalam dalam uji instrumen

ΣX = Jumlah skor dalam distribusi X

ΣY = Jumlah skor dalam distribusi Y

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

ΣX^2 = Jumlah kuadrat dari distribusi X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat dari distribusi Y

Dasar pengambilan keputusan :

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

Menurut Sugiyono (2022:138) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product dan Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil *output* SPSS pada tabel dengan judul *item Total Statistic*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2022:139) menyatakan bahwa reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen. Instrumen yang reliabel

adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan. Untuk uji reliabilitas digunakan metode Alpha Cronbach, yang hasilnya bisa dilihat dari nilai Cronbach-alpha, hasil penelitian reliabel dan dapat mendekati hasil yang sebenarnya apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Hasil dapat dikatakan reliabel jika $(r \text{ tabel}) \geq 0,700$ dan sebaliknya jika $(r \text{ tabel}) \leq 0,700$ maka hasilnya dinyatakan tidak reliabel.

Berikut adalah rumus dari Cronbach-Alpha:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r = Koefisien reabilitas alpha

k = jumlah item pertanyaan

σ_b^2 = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan

masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *independent* (X1, X2) terhadap variabel *dependent* (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel bebas yang terdiri dari X1 (Kualitas Produk), variabel X2 (*People*), dan variabel terikat, yaitu variabel Y (Kepuasan Konsumen).

Menurut Ramdhan (2022:36) “Metode penelitian deskriptif adalah metode yang menggambarkan suatu hasil penelitian dengan memberikan deskripsi, penjelasan dan validasi mengenai fenomena yang telah diteliti”.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2021:136), skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pertanyaan (item positif hingga item negatif), skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh responden. Adanya skor ini dapat memberikan masing-masing jawaban pernyataan alternatif

Menurut Sugiyono (2022:136) skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berikut ini merupakan skor skala likert pada halaman selanjutnya:

Tabel 3.4
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 (2021:159)

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini peneliti akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), dan pernyataan negatif dengan jawaban kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat setuju memiliki nilai 1 (satu).

Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen dan independen diatas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner. Skala *likert* digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Hasil rekapitulasi jawaban konsumen akan dihitung skor rata-ratanya untuk menghitung skor rata-rata menggunakan statistik non parametrik yaitu mean. Peneliti dalam

menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Skor rata - rata} = \frac{\sum \text{Jumlah Kuisisioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}}$$

Setelah diketahui skor rata-rata maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

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

Keterangan :

Nilai minimum = 1

Nilai maksimum = 5

Interval = $5 - 1 = 4$

Nilai Jenjang Interval = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

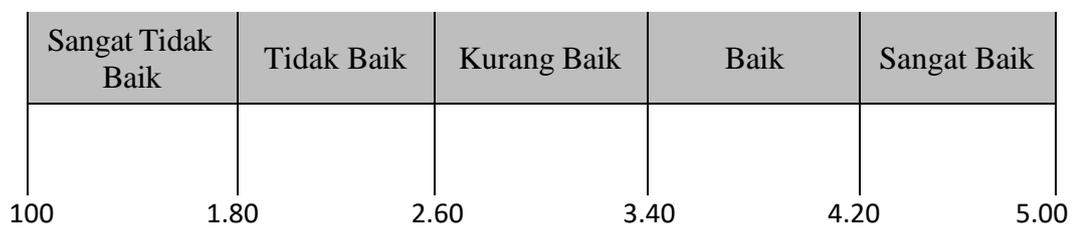
Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui skala tabel yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.5
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 (2021:160)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum sebagai berikut :



Sumber : Sugiyono (2021:161)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2022:38) 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 (X_1) dan *people* (X_2), terhadap kepuasan konsumen (Y). Untuk mengetahui pengaruh tersebut, maka peneliti menggunakan beberapa metode seperti *Method Successive Interval* (MSI), analisis regresi linier berganda, dan analisis korelasi berganda. Berikut peneliti memaparkan beberapa metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6.2.1 *Method Successive Interval (MSI)*

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). Prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Data berskala ordinal harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Berikut langkah-langkah dalam menganalisis data dengan menggunakan MSI:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pernyataan).
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.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal.
6. Menghitung *scale value* (sv) untuk masing-masing responden dengan rumus:

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

Keterangan :

SV (*Scale Value*) : Rata-rata nilai interval

Density at lower limit : Kepaduan batas bawah

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Area under upper limit : Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : Daerah dibawah batas bawah

7. Melakukan transformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai interval dengan rumus :

$$Y = SV + [k]$$

$$K = 1 [SVmin]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program IBM SPSS *for Windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan peneliti untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2022:186) menyatakan bahwa Analisis regresi linear berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) dua variabel bebas atau lebih yang terdiri dari kualitas produk (X1) dan proses (X2) dengan variabel terikat kepuasan konsumen (Y). Berikut ini persamaan dari regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y' = Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

a = Konstanta persamaan regresi

b_1 = Koefisien Regresi (Kualitas Produk)

b_2 = Koefisien Regresi (*People*)

x_1 = Variabel Bebas (Kualitas Produk)

x_2 = Variabel Bebas (*People*)

ε = Tingkat Kesalahan (*Standar error*)

Pada analisis regresi linier berganda nilai koefisien sangat menentukan untuk menganalisis penelitian ini. Dalam hal ini apabila nilai koefisien positif (+) maka terjadi pengaruh positif antara variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Namun sebaliknya apabila nilai dari koefisien negatif (-) maka terjadi pengaruh negatif antara variabel bebas (*independent*) terhadap variabel (*dependent*).

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda menurut Sugiyono (2022:188) “Analisis Korelasi Berganda yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel *independent* atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel *dependent*”. Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa derajat atau kekuatan hubungan antara variabel Kualitas Produk (X_1), dan *People* (X_2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y), yang dapat dinyatakan dengan istilah Koefisien Korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara

dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan tersebut. Rumus korelasi berganda menurut Sugiyono (2021:284) adalah sebagai berikut:

$$R_{x_1x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi berganda

JK (reg) = Jumlah kuadrat regresi

ΣX^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 Kualitas Produk (X1), *People* (X2) dan variabel kepuasan konsumen (Y).
2. Apabila $R = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Untuk dapat menginterpretasikan seberapa kuatnya hubungannya, maka dapat digunakan pedoman seperti berikut:

Tabel 3.6
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2022:189)

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X1 dan X2 terhadap variabel Y. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus berikut :

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Analisis koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X1 (kualitas produk), X2 (*people*), dan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat Koefisien korelasi berganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X1 (kualitas produk) dan X2 (*people*) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) secara parsial :

$$Kd = \beta \times \text{Zero order} \times 100$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

b = Nilai *standardized coefficients*

Zero order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut ini :

1. Jika $K_d = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah.
2. Jika $K_d = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y kuat.

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 kualitas produk (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).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F.

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan *output* SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi (α) = 0,1 artinya

kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%, ditentukan sebagai berikut :

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan *people* terhadap kepuasan konsumen.
2. $H_1 : b_1, b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas produk dan *people* terhadap kepuasan konsumen.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima. Berikut ini merupakan rumus untuk menguji hipotesis :

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

Keterangan :

R^2 = Kuadrat koefisien

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

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

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel} (\alpha) = 0.1$, maka H_0 ditolak H_1 diterima.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel} (\alpha) = 0.1$, maka H_0 diterima H_1 ditolak.

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
 - a. $H_0 : b_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
 - b. $H_0 : b_1 \neq 0$, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen
 - a. $H_1 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen.
 - b. $H_1 : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen.

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

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

keterangan :

t-hitung = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

- f. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel} (\alpha) = 0,1$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- g. Apabila $T_{hitung} < T_{tabel} (\alpha) = 0,1$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel X_1 (Kualitas Produk) dan X_2 (*People*) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Ai-Cha Cabang Logam, Jl. Logam No.25a, Cijaura, Kec. Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40287. Peneliti juga melakukan penelitian kepada konsumen Ai-Cha Cabang Logam. Adapun waktu penelitian ini terhitung mulai dari bulan Februari 2024 sampai selesai