

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data yang penting dalam penelitian. Sugiyono (2021:2) berpendapat bahwa metode survey merupakan suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan menggunakan angket sebagai alat penelitiannya yang di sebar pada populasi kemudian diambil sampelnya sehingga dapat ditemukan kejadian-kejadian yang menjadi objek penelitian. Cara ilmiah merupakan proses penelitian yang didasarkan atas ciri-ciri keilmuan yang bersifat rasional, empiris dan sistematis, dimana rasional itu berarti penelitian yang dilakukan masuk akal dan dapat dipahami oleh nalar manusia, sedangkan empiris berarti cara-cara yang digunakannya dan sistematis berarti proses yang dilakukan dalam penelitian berkesinambungan dan langkah-langkah yang digunakannya bersifat logis.

Sugiyono (2022:2) berpendapat bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pengumpulan data yang dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dalam penelitian. Terdapat dua jenis metode, yaitu metode deskriptif dan verifikatif.

Maka melalui metode deskriptif ini dapat diperoleh deskripsi dari rumusan masalah yang sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan

antara fenomena yang diselidiki, berikut ini adalah masalah yang akan diselidiki dalam penelitian ini:

1. Bagaimana Tanggapan Pelanggan Mengenai Kualitas Produk Pada Mie Gacoan Dipatiukur Bandung.
2. Bagaimana Tanggapan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan Pada Mie Gacoan Dipatiukur Bandung.
3. Bagaimana Tanggapan Pelanggan Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Mie Gacoan Dipatiukur Bandung.

Metode deskriptif digunakan digunakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan Pelanggan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung mengenai Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan metode verifikatif dalam penelitian ini merupakan metode yang digunakan untuk menunjukkan pengaruh dari variabel-variabel yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis apakah hipotesis diterima atau ditolak. Metode penelitian verifikatif yang digunakan peneliti adalah untuk menjawab rumusan masalah pada bab 1 yang telah dibuat sebelumnya oleh peneliti. Dalam penelitian ini metode verifikatif untuk mengkaji rumusan masalah nomor empat, lima, yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan layanan indihome, seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome, dan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan layanan indihome baik secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu hal yang memiliki nilai yang bermacam-macam. Sugiyono (2021:68) berpendapat variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti sehingga peneliti akan mendapatkan informasi mengenai hal tersebut dan kemudian peneliti menarik kesimpulan.

3.2.1 Definisi Variabel

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*), variabel terikat (*Dependent Variable*). Berdasarkan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Indihome” maka penulis akan melakukan penjelasan mengenai masing-masing variabel yang digunakan, yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independent*) (X)

Sugiyono (2022:39) berpendapat bahwa variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Pengumpulan informasi mengenai variabel ini berdasarkan kuesioner berupa daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden.

a. Kualitas Produk (X_1)

Kotler dan Armstrong (2021:239) berpendapat, "*Product quality is one of the marketer's major positioning tools.*" Kualitas produk merupakan salah satu alat pemosisian utama pemasar, dalam mempengaruhi kinerja produk atau jasa memiliki kaitan yang erat dengan menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan. Apabila diartikan dalam arti sempit, kualitas produk didefinisikan sebagai produk yang tidak ada kecacatan.

b. Kualitas Pelayanan (X_2)

Manengal (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

2. Variabel Terikat (*Dependent*) (Y)

Sugiyono (2020:44) menyatakan bahwa variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

a. Loyalitas Pelanggan (Y)

Griffin dalam Pohan dan Aulia (2019) berpendapat bahwa, loyalitas pelanggan atau *customer loyalty* adalah komitmen yang dipegang erat oleh pelanggan untuk membeli atau mengedepankan suatu produk berupa barang atau jasa secara konsisten, hal ini menyebabkan pembelian berulang pada *brand* yang sama meskipun pelanggan tersebut mendapatkan pengaruh situasional atau *marketing* dari kompetitor untuk mengganti produk atau *brand* lain. Dapat

disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator yang akan menjadi bahan penyusunan instrumen kuesioner. Tujuannya untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Sesuai dengan judul penelitian yaitu pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung, maka terdapat tiga variabel yang akan digunakan lalu dikembangkan menjadi indikator-indikator lalu dikembangkan lagi menjadi item-item pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
Kualitas Produk (X ₁) Penggunaan dimensi kualitas untuk mengukur pemahaman kualitas produk diharapkan dapat meningkatkan		Aroma dari makanan yang disajikan sedap dan dapat menggugah selera makan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Aroma dari makanan yang disajikan sedap dan dapat menggugah selera makan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
akurasi dalam mengukur variabel kajian pada cakupan yang lebih luas dari perspektif kualitas produk. Achmad Safrizal Yafie, Suharyono dan Yusri Abdullah (2019:8165)	Kesegaran	Warna dari makanan yang disajikan terlihat segar dan menarik perhatian konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Warna dari makanan yang disajikan terlihat segar dan menarik perhatian konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	2
	Tampilan	Porsi dari makanan yang disajikan sesuai dengan standar porsi Seperti yang dipresentasikan di menu Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Porsi dari makanan yang disajikan sesuai dengan standar porsi seperti yang dipresentasikan di menu Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	3
		Bentuk dari makanan yang disajikan terlihat unik dan menarik konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Bentuk dari makanan yang disajikan terlihat unik dan menarik konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	4

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	Rasa	Rasa dari makanan yang disajikan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung terasa lezat dan penuh cita rasa	Tingkat Rasa dari makanan yang disajikan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung terasalezat dan penuh cita rasa	Ordinal	5
		Makanan yang disajikan kepada konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung dimasak dalam bumbu yang tepat dan meresap	Tingkat Makanan yang disajikan kepada konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung dimasak dalam bumbu yang tepat dan meresap	Ordinal	6
	Inovasi Makanan	Terdapat varian makanan yang sesuai dengan selera konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Terdapat varian makanan yang sesuai dengan selera konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	7
		Terdapat variasi makanan dengan inovasi yang kreatif dan menarik perhatian konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Terdapat variasi makanan dengan inovasi yang kreatif dan menarik perhatian konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	8

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
<p>Kualitas Pelayanan (X_2)</p> <p>Kualitas pelayanan adalah kegiatan ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan pemindahan kepemilikan apapun.</p> <p>Kotler dan Armstrong dalam Bob Sabran (2019:188)</p>	Bukti Fisik	Penampilan karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung yang rapih dan bersih	Tingkat Penampilan karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung yang rapih dan bersih	Ordinal	9
		Kelengkapan fasilitas makan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Kelengkapan fasilitas makan konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	10
	Empati	Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung melayani dengan ramah dan senyuman	Tingkat Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur Bandung melayani dengan ramah dan senyuman	Ordinal	11

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

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
		Karyawan saat di kasir Mie Gacoan Dipatiukur Bandung cepat dalam melayani	Tingkat Karyawan saat di kasir Mie Gacoan Dipatiukur Bandung cepat	Ordinal	16
	Jaminan	Konsumen merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Tingkat Konsumen merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di Mie Gacoan Dipatiukur Bandung	Ordinal	17
		Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur tidak pernah lupa memberikan struck belanja kepada konsumen	Tingkat Karyawan Mie Gacoan Dipatiukur tidak pernah lupa memberikan struck belanja kepada konsumen	Ordinal	18
Loyalitas Pelanggan (Y) Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli dan mendukung kembali sebuah produk atau jasa yang disukai pada	<i>Purchase Intention</i>	Pelanggan memiliki kesetiaan terhadap pembelian produk	Tinggkat pelanggan memiliki kesetiaan terhadap pembelian produk	Ordinal	19

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Kotler dan Keller (2019:164)					
	<i>Price Sensitivity</i>	Pelanggan tidak masalah dengan harga	Tingkat pelanggan tidak masalah dengan harga	Ordinal	20
	<i>Word of Mouth</i>	Pelanggan tidak tertarik membeli produk dari pesaing	Tingkat pelanggan tidak tertarik membeli produk dari pesaing	Ordinal	21
		Pelanggan merekomendasikan produk ke orang lain	Tingkat pelanggan merekomendasikan produk ke orang lain.	Ordinal	22

3.3 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian untuk memudahkan penelitian, menggunakan sampel dalam

pengolahan datanya. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran atau merupakan keseluruhan objek penelitian. Sampel diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

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

Tabel 3. 2
Data Pengunjung Mie Gacoan Dipatiukur Bandung Tahun 2023

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

Sumber : Mie Gacoan Dipatiukur Bandung

Berdasarkan tabel 3.2 pengunjung Mie Gacoan Dipatiukur Bandung mengalami fluktuasi, dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Mie Gacoan Dipatiukur Bandung sepanjang tahun 2023 sebanyak 152.913. Jumlah rata-rata pengunjung perbulannya sebanyak 12.743 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dengan cara atau prosedur tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap dapat menggambarkan populasi secara tepat. Sampel adalah Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2022:146). Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan terbatas sebagian dari populasi saja. Oleh karena itu sampel diambil haruslah benar-benar representatif atau sangat dapat mewakili populasi. Semakin besar taraf kesalahan, maka akan semakin kecil ukuran sampel (Sugiyono, 2022:158). Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan terbatas sebagian dari populasi saja. Oleh karena itu sampel diambil haruslah benar-benar representatif atau sangat dapat mewakili populasi. Sugiyono (2022:158) berpendapat Semakin besar taraf kesalahan, maka akan semakin kecil ukuran sampel. Bila jumlah populasi diketahui, maka perhitungan sampel dapat menggunakan rumus Slovin.

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) biasanya 10%

Jumlah populasi yaitu sebanyak 152.913 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% atau dapat disebut tingkat keakuratan 90%,

sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut.

$$n = \frac{152.913}{1 + 152.913(0,1)^2} = 99.93464608 \approx 100$$

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

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik Sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu probability sampling dan non-probability sampling.

Dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2022:150). Nonprobability sampling meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, *purposive sampling*, sampling jenuh, *snowball sampling*, dan sensus.

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

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

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

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

Sumber : Data Diolah Peneliti 2024

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2022:215) Menyatakan teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dari keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), *kuesioner* (angket), *observasi* (pengamatan) dan gabungan ketiganya. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

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

a. Pengamatan (*Observation*)

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

b. Wawancara (*Interview*)

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

c. Kuesioner (Angket)

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

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

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

3.5 Uji Instrument Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2022:195-196). Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara analisis faktor, yaitu mengkorelasikan skor butir soal dengan total, dengan menggunakan rumus korelasi pearson product moment sebagai berikut.

$$R_{xy} = \frac{\sum TU - \frac{(\sum T)(\sum U)}{N}}{\sqrt{[\sum T^2 - \frac{(\sum T)^2}{N}][\sum U^2 - \frac{(\sum U)^2}{N}]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

R = Koefisien validasi item yang dicari

X = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

Y = Skor total instrument

N = Jumlah responden dalam uji instrument

$\sum T$ = Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\sum U$ = Jumlah hasil pengamatan variabel y

$\sum TU$ = Jumlah hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y

$\sum T^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor x

$\sum U^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor y

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrument atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrument atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Menurut Sugiyono (2019:125) menyatakan bahwa “Untuk mencari validitas sebuah item, harus mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut.” Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product and Service Solution*). Hasil dari uji validitas ini dapat dilihat pada bagian Item-Item Statistic dan untuk melihat hasil dari masing-masing responden dapat dilihat dari tabel *Item-Total Correlation*.

3.5.2 Uji Reabilitas

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

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS dengan *Alpha Cronbach* berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,6. Apabila

kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliabel. Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrument (r_{hitung}), kemudian responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut.

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

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relative sama (tidak jauh beda). Untuk melihat andal atau tidaknya suatu alat ukur yang digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan data jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, Langkah terakhir tidak dilakukan. Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, mean, median, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase.

Sugiyono (2019:133) menyatakan bahwa “Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan untuk mencari kuatnya suatu hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi.” Kebenaran hipotesis ini harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent kualitas produk (X1), dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menjabarkan fakta tentang variabel yang ada secara aktual dan sistematis. Peneliti mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden berdasarkan hasil pengoperasian variabel yang telah dilakukan sebelumnya. Setiap item dari kuesioner tersebut diukur menggunakan Skala likert.

Sugiyono (2022:165) menyatakan dengan Skala liker, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari setiap item intrumen yang menggunakan Skala liker memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban alternatif. Seperti pada tabel di halaman selanjutnya.

Tabel 3. 4
Analisis Jawaban Dengan Skala Likert

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

Sumber : Sugiyono (2022:166)

Berdasarkan tabel 3.4 diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negative memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), ragu-ragu memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua) dan sangat tidak setuju memiliki nilai 1 (satu). Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen dan independent di atas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrument pengukuran dalam bentuk kuesioner.

Skala liker digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudia dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setelah setiap indicator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya peneliti gambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui katagori dari hasil rata-rata tersebut. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikali jumlah responden. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya.

$$\frac{\sum \text{jawaban kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}} = \text{skor rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut :

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

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

$$\text{Nilai jenjang interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

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

Tabel 3. 5
Tafsiran Nilai Rata-rata

Skala interval	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Kurang Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2019)

Tafsiran nilai rata-rata tersebut dapat di identifikasikan kedalam garis kontinum. Berikut adalah garis kontinum yang digunakan untuk melihat kategori penilaian mengenai variabel yang diteliti.

Teknik informasi yang saling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Succesive Interval*). Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji r dan lainnya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika kita hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut. Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI yaitu 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 dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kuantitatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Menghitung *scala value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan.
6. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus dibawah ini:

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

Keterangan : SV (*Scale Value*) : rata-rata *density*

At Lower limit : kepaduan batas bawah

Density at upper limit : kepaduan batas atas

Area under upper : daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : daerah dibawah batas bawah

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan peneliti untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sugiyono (2021:213) menyatakan bahwa Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksi berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah, Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) dua bebas atau lebih yang terdiri dari Kualitas produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dengan variabel terikat yaitu loyalitas Pelanggan (Y). Berikut ini merupakan persamaan dari regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (loyalitas pelanggan)

a = Bilangan konstanta

b1 = Koefisien regresi (kualitas produk)

b2 = Koefisien regresi (kualitas pelayanan)

X1 = Variabel bebas (kualitas produk)

X2 = Variabel bebas (kualitas pelayanan)

e = Tingkat kesalahan (standar error)

3.6.2.3 Analisis Kolerasi Berganda

Analisis korelasi berganda dilakukan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel penelitian yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), terhadap loyalitas pelanggan (Y). Kekuatan hubungan antar variabel tersebut dapat disebut koefisien korelasi. Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan linier antar dua variabel.

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

Keterangan :

R = Koefisien korelasi berganda

$JK(reg)$ = Jumlah kuadrat regresi

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

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

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

independent akan terjadi bersama-sama dengan penurunan nilai variabel dependen atau sebaliknya.

Untuk memudahkan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat disimpulkan pada ketentuan-ketentuan untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi diantaranya yang dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 3. 6
Tafsiran Besarnya Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2021:243)

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji Hipotesis yang dilakukan peneliti untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan loyalitas pelanggan (Y).

Uji Hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). koefisien determinasi merupakan salah satu unsur yang menjadi perhitungan dalam analisis.

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

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

$H_0 : b_1, b_2, = 0,1$ tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

$H_1 : b_1, b_2, \neq 0,1$ terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

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

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

Keterangan :

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independent

n = Jumlah anggota sampel

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

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

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

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

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

$$t = \frac{J F :- E S ;}{S F N}$$

Keterangan :

- J = Jumlah sampel
- N = Nilai korelasi parsial
- = Jumlah variabel independent
- t = Statistik uji korelasi

Pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut *thitung* dibandingkan *t tabel* dengan ketentuan sebagai berikut. Jika $thitung > ttabel$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika $thitung < ttabel$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Kemudian akan diketahui hipotesis dalam penelitian ini secara parsial ditolak atau tidak, Adapun hipotesis secara aparsial sebagai berikut.

1. Hipotesis kualitas produk

$H_0 : \beta_1 = 0,1 \rightarrow$ artinya tidak ada pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel loyalitas pelanggan.

$H_1 : \beta_1 \neq 0,1 \rightarrow$ artinya terdapat pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan loyalitas pelanggan.

2. Hipotesis kualitas pelayanan

$H_0 : \beta_2 = 0,1 \rightarrow$ artinya tidak ada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

$H_1 : \beta_2 \neq 0,1 \rightarrow$ artinya terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Menentukan Signifikan

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan $\alpha=0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.

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

3.6.3.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel independen dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen.. Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi R^2 menunjukkan bahwa varian untuk variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) dan sebaliknya. Jadi nilai r^2 memberikan presentasi varian yang dapat dijelaskan dari model regresi.

a) Analisis Koefisien Determinasi Simultan.

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan loyalitas pelanggan (Y) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya.

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

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat dari kolerasi berganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam presentase

b) Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari variabel X1 (kualitas produk) dan variabel X2 (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (loyalitas Pelanggan) secara parsial, untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis koefisien determinasi secara parsial yang dapat diketahui sebagai berikut:

$$Kd = b \times \text{Zeroorder} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

beta = Nilai *standardized coefficients*

Zero Order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a) Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah.
- b) Jika Kd mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Rancangan kuesioner ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap. Pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan konsumen.

Skala likert variabel yang diukur dan dijabarkan menjadi sub variabel kemudai menjadi sebuah indikator-indikator instrumen penyusun pernyataan yang akan diisi oleh responden. Kuesioner ini berisi variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagaimana yang tercantun pada operasional variabel. Rancangan kuesioner yang dibuat peneliti adalah kuesioner yang bersifat

pernyataan yang diberikan, dimana jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh peneliti. Sehingga responden tinggal memilih pernyataan kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung. Peneliti juga melakukan penelitian kepada konsumen Mie Gacoan Dipatiukur Bandung. Adapun waktu penelitian ini terhitung mulai dari bulan Mei 2024 sampai dengan juni 2024.