

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan**

Metode penelitian merupakan suatu alat yang di dalam pencapaian tujuannya berguna untuk memecahkan masalah penelitian. 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. Secara rinci teknik pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen Rumah Makan Ampera 2-Tak Cianjur dengan menggunakan metode survei, di mana peneliti melakukannya untuk mendapatkan data-data yang sesuai dari penelitian ini untuk memecahkan masalah.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara. Menurut (Sugiono, 2022:6) “Survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan)”. 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 dikemukakan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif.

Menurut (Sugiono, 2022:7) “Metode penelitian kuantitatif diartikan juga sebagai metode penelitian yang dilandasi filsafat *positivisme*, diterapkan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Menurut (Sugiono, 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 variabel dengan variabel lain”. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui harga, *people* dan kepuasan konsumen yang menjawab rumusan masalah nomor 1 sampai nomor 3.

Metode verifikatif menurut (Sugiono, 2022:35) adalah “Penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sample tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Metode verifikatif yang digunakan pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah nomor 4, yang tentunya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel harga dan variabel *people* terhadap variabel kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ampera 2-Tak Cianjur.

### **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 karena 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. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas yaitu harga (X1), *people* (X2) dan variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen (Y). Variabel-variabel tersebut kemudian disatukan dalam suatu operasionalisasi. Operasionalisasi variabel menjabarkan variabel atau sub variabel kepada konsep, dimensi dan indikator yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel penelitian. Operasionalisasi variabel pada penelitian juga merupakan unsur terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil rumusan masalah.

### 3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut (Sugiono, 2022:38) 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”. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu obyek dengan obyek yang lainnya. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Selain itu variabel dapat diartikan sebagai atribut.

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Adapun pengertian variabel bebas dan

variabel terikat menurut (Sugiono, 2022:39) variabel bebas (*independen*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Sedangkan variabel terikat (*dependen*) menurut (Sugiono, 2022:39) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu harga (X1), *people* (X2) dan variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen (Y). Berikut merupakan definisi masing-masing variabel penelitian:

1. Harga (X1)

Menurut (Tjiptono F, 2019:210) yang menyatakan bahwa “Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”.

2. *People* (X2)

Menurut (Hasan, 2019:45) “Orang adalah seluruh aktor yang mempunyai peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Unsur orang tersebut adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan customer lainnya”. maka berikut ini adalah definisi dari variabel terikat dalam penelitian, yaitu:

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Kotler dan (Keller dalam Apriasty 2022:448) kepuasan konsumen yaitu perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari

ekspektasi maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel berkaitan dengan bagaimana variabel-variabel penelitian tersebut dioperasionalkan sehingga variabel-variabel dapat dinilai dan diukur, bagaimana menilai dan mengukurnya serta instrument apa yang dibutuhkan untuk menilai dan mengukurnya. Menurut (Sugiono, 2022:39) operasional variabel adalah “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Untuk mengetahui lebih jelas, maka dapat dilihat mengenai operasionalisasi variabel untuk penelitian dibawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p><b>Harga (X1)</b>            Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa</p> <p>Fandy Tjiptono (2019:210)</p>	Keterjangkauan harga	Harga yang ditawarkan terjangkau	Tingkat Keterjangkauan harga produk	Ordinal	1
		Kemampuan dalam membeli produk	Tingkat kemampuan konsumen dalam membeli produk	Ordinal	2
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk yang didapat	Ordinal	3
		Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan konsumen	Tingkat kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan konsumen	Ordinal	4

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Pemberian potongan harga	Tingkat pemberian potongan harga	Ordinal	5
		Harga terjangkau dibandingkan Pesaing	Tingkat perbandingan harga dengan harga produk pesaing	Ordinal	6
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Ordinal	7
		Harga yang ditawarkan memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan	Tingkat harga yang ditawarkan memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	8
<p><b>People (X2)</b>  “Orang adalah seluruh aktor yang mempunyai peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Unsur orang tersebut adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan customer lainnya.  Hasan (2019:45)</p>	Kompetensi	Kecepatan kerja karyawan dalam Melayani konsumen	Tingkat Kecepatan kerja karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	9
		Karyawan memiliki inisiatif dalam memberikan pelayanan kepada Konsumen	Tingkat Inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	Ordinal	10
	Kesopanan	Karyawan melayani dengan sangat sopan	Tingkat kesopanan Karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	11
		Karyawan melayani dengan sangat ramah.	Tingkat Keramahan karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	12
	Selektif	Karyawan Mampu Menjawab Pertanyaan Konsumen	Tingkat kemampuan karyawan untuk menjawab pertanyaan konsumen	Ordinal	13
		Ketepatan Karyawan dalam Melaksanakan Tugasnya	Tingkat Ketepatan Karyawan dalam Melaksanakan Tugasnya	Ordinal	14

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<b>Kepuasan Konsumen (Y)</b>  Kepuasan konsumen adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekpektasi  Kotler dan Keller (2022:448)	Kinerja	Kepuasan pelanggan terhadap proses pelayanan yang diberikan	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap proses pelayanan yang diberikan	Ordinal	24
		Kepuasan terhadap kualitas produk yang diberikan	Tingkat kepuasan terhadap kualitas produk yang diberikan	Ordinal	25
	Harapan	Proses pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan	Tingkat proses pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan	Ordinal	26
		Kualitas dari produk sesuai dengan harapan	Kualitas dari produk sesuai dengan harapan	Ordinal	27

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

### 3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti, sehingga permasalahan yang 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. Pada sub bab selanjutnya ini akan dijelaskan mengenai pengertian dan penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling.

#### 3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiono, 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 konsumen di rumah makan Ampera 2-Tak Cianjur, adapun jumlah data konsumen dibawah ini pada tahun 2023 yang akan peneliti sajikan pada tabel berikut:

**Tabel 3.2**  
**Data Jumlah Pengunjung Rumah Makan Ampera 2-Tak Cianjur Tahun 2023**

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung (Orang)
1.	Januari	620
2.	Februari	647
3.	Maret	633
4.	April	725
5.	Mei	671
6.	Juni	622
7.	Juli	645
8.	Agustus	628
9.	September	615
10.	Oktober	597
11.	November	602
12.	Desember	617
<b>Total</b>		<b>7.662</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>638,5</b>

Sumber: Data Internal Rumah Makan Ampera 2-Tak Cianjur, 2023

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas maka dapat dilihat bahwa pengunjung Rumah Makan Ampera 2-Tak mengalami kenaikan dan penurunan selama tahun 2023. Pada bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2023 jumlah pengunjung berjumlah 7.662 orang. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah pengunjung selama tahun 2023 sebanyak  $7.662/12 = 638,5$  atau dibulatkan menjadi 639 orang. Jumlah dibagi 12 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari Rumah Makan Ampera 2-Tak Cianjur

### 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 (Sugiono, 2022:81) mengemukakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu Penentuan sampel dilakukan untuk mengurangi jumlah populasi yang akan diteliti sehingga sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) dan tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Sampel yang akan diambil dari populasi dapat ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin yang dikemukakan oleh (Sugiono, 2022:86) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai  $e=10\%$  adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e^2$  = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10% atau 0,1

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung yang peneliti sajikan dibawah ini:

$$n = \frac{639}{1 + 639 (0,1)^2} + \frac{639}{7,39} = 86,46 \text{ atau } 87$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh ukuran sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini sebanyak 87 orang. Penelitian ini menggunakan batas kesalahan 10% berarti memiliki tingkat akurasi 90%. Jumlah tersebut akan dijadikan ukuran sampel penelitian di Rumah Makan Ampera 2-Tak Cianjur.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Pada penelitian ini terdapat teknik pada pengambilan sampel dalam melakukan penelitian. Menurut (Sugiono, 2022:81) menjelaskan bahwa teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat teknik *sampling*. Teknik *sampling* pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut (Sugiono, 2022:84) *nonprobability sampling* adalah teknik *sampling* yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Nonprobability sampling* terdiri dari *sampling* sistematis, kuota, *insidental*, jenuh, *purposive sampling* dan *snowball sampling*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan *insidental sampling*. Menurut (Sugiono, 2019:162) *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan /*insidental* bertemu

dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Selanjutnya peneliti akan memaparkan karakteristik sampel data responden dari teknik *insidental sampling* yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3.3**  
**Karakteristik Responden**

No.	Karakteristik Responden	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. PNS 4. Wirausaha 5. Lainnya
4.	Penghasilan	1. < Rp1.000.000 per bulan 2. Rp1.000.000 - Rp2.500.000 per bulan 3. Rp2.600.000 - Rp3.500.000 per bulan 4. > Rp3.600.000
5.	Frekuensi Berkunjung	1. 1 kali per bulan 2. > 1 kali per bulan

Sumber: Data Diolah 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 (Sugiono, 2022:224) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat

dikumpulkan pada setting alamiah, pada laboratorium dengan eksperimen, dan juga pada suatu diskusi, seminar dan lain-lain. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang ada di dalam pengumpulan data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Menurut (Sugiono, 2022:225) Jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian dilakukan untuk mendapatkan data yang diperoleh secara langsung (primer) terhadap objek penelitian. Penelitian lapangan dilakukan melalui beberapa cara, yaitu observasi, wawancara dan kuesioner. Dibawah ini merupakan penjelasannya.

- a. Observasi

Menurut (Nasution dalam Sugiyono 2022:226) Menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan yang hanya dapat bekerja berdasarkan data. Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada Rumah Makan Ampora 2 Tak Cianjur.

- b. Wawancara

Wawancara menurut (Esterberg dalam Sugiyono 2022:231) Mendefinisikan wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam

suatu topik tertentu. Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan pihak Rumah Makan Ampera 2-Tak Cianjur.

c. Kuesioner

Menurut (Sugiyono 2022:142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner diberikan kepada konsumen Ampera 2-Tak Cianjur melalui secara digital, dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden atau melalui Google Form yang disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan.

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 variabel dan objek yang akan diteliti.

### 3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Menurut (Sugiono, 2022:102) Menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena sosial maupun alam yang diamati.

Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Uji instrumen penelitian terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji realibilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat ke konsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

### 3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut (Sugiyono 2022:121) 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 instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Peneliti dalam mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus Sugiyono (2022:246) 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 *pearson 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

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dari distribusi X

$\sum Y^2$  = 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 2022:180) Menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product dan Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul item Total *Statistic*. Menilai kevalidan masing-

masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

### 3.5.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen terkait sudah bisa digunakan untuk mengumpulkan data. Menurut (Sugiyono 2022:121) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*.

Berkenaan dengan hal tersebut peneliti melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut:

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. Dibawah ini merupakan rumusnya.

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

Keterangan:

$r$  = Koefisien korelasi product moment

$A$  = Variabel nomor ganjil

$B$  = Variabel nomor genap

$\Sigma A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\Sigma B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\Sigma A^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\Sigma B^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan genap

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

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

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

$r_i$  = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

$r_b$  = Korelasi produk moment antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reabilitas instrumen ( $r_{hitung}$ ), kemudian nilai reabilitas instrumen ( $r_{tabel}$ ) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan realibel.
2. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak realibel.

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 relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara *statistika*, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

### **3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis**

Menurut (Sugiyono 2022:147) menyatakan bahwa, 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. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik dekriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melalui prediksi, dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata sampel atau populasi menurut (Sugiyono 2022:207) kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah di paparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen ( $X_1$ ) = Harga dan ( $X_2$ ) = *People* terhadap variabel dependen ( $Y$ ) = Kepuasan Konsumen.

### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel  $X_1$  (harga), variabel  $X_2$  (*people*), dan variabel  $Y$  (kepuasan konsumen). Menurut (Sugiyono 2022:64) 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. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert.

Skala likert menurut (Sugiyono 2022:93) 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. Berikut dibawah ini terdapat skor skala likert menurut Sugiyono:

**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 (2022:93)

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Skala likert adalah alat pengukuran yang digunakan untuk menilai sikap atau pendapat seseorang terhadap suatu pernyataan atau topik dengan cara mengumpulkan sikap dan pendapat responden. 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 mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang., 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:

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

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:

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

Keterangan:

$$\text{Nilai minimum} = 1$$

$$\text{Nilai maksimum} = 5$$

$$\text{Interval} = 5 - 1 = 4$$

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

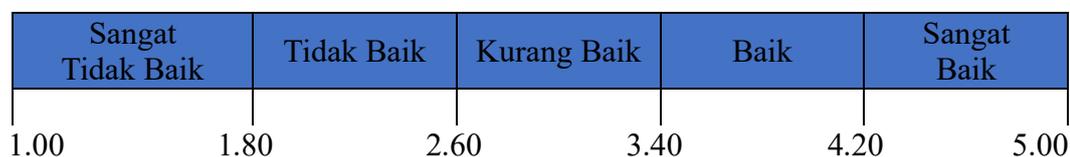
Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui kategori skala tabel yaitu sebagai berikut:

**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 (2022)

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



**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinum**  
Sumber: Sugiyono (2022)

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik sehingga menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. (Sugiyono 2022:65) menyatakan bahwa analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga ( $X_1$ ) dan *people* ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Untuk mengetahui pengaruh tersebut, maka peneliti menggunakan 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. Metode ini berguna untuk menaikkan skala ordinal menjadi interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasikan 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 Succesive Interval*). Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lainnya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika kita hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah ke dalam 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 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 rumusan berikut:

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

Keterangan:

SV (*Scala 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. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus sebagai berikut:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 [SVmin]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program *IBM SPSS for Windows* aplikasi untuk pengolahan data yang bertujuan untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval. *IBM SPSS Statistics* membantu peneliti untuk memanfaatkan kekuatan analisis statistik tingkat lanjut dengan mudah, serta mengolah data dengan akurat.

### 3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sugiyono 2022:213) menyatakan bahwa analisis regresi 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 atau (bersama-sama) dua variabel bebas atau lebih yang terdiri dari harga ( $X_1$ ) dan *people* ( $X_2$ ) dengan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ). Berikut dibawah ini merupakan persamaan dari regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

$Y$  = Variabel terikat (kepuasan konsumen)

$a$  = Bilangan konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi harga

$b_2$  = Koefisien regresi *people*

$X_1$  = Variabel bebas (harga)

$X_2$  = Variabel bebas (*people*)

$e$  = Tingkat kesalahan (*standard error*)

### 3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel harga ( $X_1$ ) dan *people* ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Analisis ini bertujuan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain yakni variabel  $X$  terhadap variabel  $Y$ .

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

Keterangan:

R = Koefesien kolerasi berganda

JK(reg) = Jumlah kuadrat regresi

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat total kolerasi

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

Apabila r = 1, artinya terdapat hubungan antara variabel harga (X1), *people* (X2), dan variabel kepuasan konsumen (Y).

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

Apabila r = 0, artinya tidak terdapat hubungan kolerasi.

**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	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2022)

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh harga (X1) dan *people* (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi 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. Uji F dilakukan untuk melihat apakah semua variabel indenpenden secara bersama -sama berpengaruh/tidak terhadap variabel dependen dengan membaningkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  .Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan output SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%, ditentukan sebagai berikut:

1. Membuat Formulasi Uji Hipotesis
  - a.  $H_0 : b_1 ; b_2 = 0$  :Tidak terdapat pengaruh harga dan *people* terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ampera 2-Tak Cianjur.
  - b.  $H_1 : b_1 ; b_2 \neq 0$  : Terdapat pengaruh harga dan *people* terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ampera 2-Tak Cianjur.

#### 2. Menentukan Tingkat Signifikansi

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

#### 3. Menentukan Tingkat Signifikansi

Pengujian regresi secara simultan dimaksudkan apakah variabel bebas secara menyeluruh memberikan nyata terhadap variabel terikat. Uji hipotesis yang

digunakan adalah uji F hitung yang memiliki rumus seperti yang ada di di bawah ini.

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

Keterangan:

$R^2$  = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

N = Jumlah anggota 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. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel} (\alpha) = 0.1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (signifikan).
2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel} (\alpha) = 0.1$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. (tidak signifikan).

### 3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, 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. Harga terhadap kepuasan konsumen.
  - a.  $H_0 : b_1 = 0$ , tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

- b.  $H_1 : b_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen.
    - a.  $H_0: b_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen.
    - b.  $H_1: b_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen.
  3. Menentukan tingkat signifikan

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

#### 4. Menghitung uji t-test

Pengujian regresi secara parsial dimaksud apakah variabel bebas berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel terikat.

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

Keterangan:

$t_{hitung}$  = Statistik uji korelasi

$n$  = Jumlah sampel

$r$  = Nilai korelasi parsial

Kemudian hasil hipotesis  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ , dengan ketentuan berikut:

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan
  - a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.
  - b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.

2. Dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ 
  - a. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
  - b. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### 3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh  $X_1$  (harga) dan  $X_2$  (*people*) terhadap variabel  $Y$  (kepuasan konsumen). 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

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar  $X_1$  (harga) dan  $X_2$  (*people*) terhadap variabel  $Y$  (kepuasan konsumen) dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya yaitu:

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

Keterangan:

$Kd$  = Nilai koefisien determinasi

$R^2$  = Koefisien korelasi berganda

#### 2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi parsial adalah sebagai berikut:

$$Kd = \beta \times \text{zero order} \times 100\%$$

Kd = Koefisien determinasi

$\beta$  = Standar koefisien Beta (nilai b1, b2, b3)

Zero Order = Korelasi variabel independent dengan variabel dependent

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi akan peneliti uraikan berikut ini:

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

### 3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner menurut (Sugiyono 2022:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila variabel yang akan diukur dan apa yang bisa diharapkan dari responden sudah diketahui dengan pasti. Kuesioner berisi pernyataan mengenai variabel harga dan *people* terhadap kepuasan konsumen. Responden memilih pada kolom yang sudah disediakan dan memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan dengan menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dan berpedoman pada skala Likert.

### **3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan Rumah Makan Ampera 2-Tak Cianjur yang berada di Jl. KH Abdullah Bin Nuh No.111, Nagrak, Kecamatan Cianjur, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43215. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Juni sampai Oktober 2024.