

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Survey Pada Konsumen Maxx Coffee Buah Batu Bandung)**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat sidang skripsi

Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Salsa Bila Fauziah

20400294



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Survey Pada Konsumen Maxx Coffee Buah Batu Bandung)

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat sidang skripsi
Guna memperoleh Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan

Bandung, Oktober 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Dr. H. Popo Suryana, SE., M.Si.

Dekan

Ketua Program Studi

Dr. H. Juanim, SE., M.Si

Dr. Ardi Wiguna, SE., Msi

PERNYATAAN
(Program Studi Strata 1)

Dengan ini Saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Pasundan maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar nama pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Bandung, November 2024
Yang Membuat Pernyataan

.....

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen pada MAXX Coffee. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability* sampling dengan jumlah sampel yaitu 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,03, harga memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,96 dan kepuasan konsumen memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,97 dengan kategori kurang baik. Uji hipotesis juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan dari hasil analisis verifikatif yaitu koefisien determinasi, secara simultan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 62%, sedangkan secara parsial variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 34% dan variabel harga memberikan pengaruh sebesar 28%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen pada MAXX Coffee.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research aims to find out how much influence service quality, price and consumer satisfaction have on MAXX Coffee. This research uses descriptive and verification methods. The sampling technique used was nonprobability sampling with a sample size of 100 respondents. The data collection techniques used were observation, interviews, and distributing questionnaires. The data analysis methods used are multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis and coefficient of determination. Based on the results of descriptive analysis, the service quality variable obtained an average value of 3.03, price obtained an average value of 2.96 and consumer satisfaction obtained an average value of 2.97 in the poor category. Hypothesis testing also shows that service quality and price have a positive and significant effect on consumer satisfaction, both partially and simultaneously. Based on the results of the verification analysis, namely the coefficient of determination, simultaneously the influence of service quality and price on consumer satisfaction is 62%, while partially the service quality variable has an influence of 34% and the price variable has an influence of 28%. So it can be concluded that service quality has a greater influence on consumer satisfaction at MAXX Coffee.

Keywords: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat dua langkah penelitian dalam kegiatan penelitian ilmiah ini. Pertama, dijelaskan kesenjangan antara fakta berupa data sekunder, hasil observasi, pengalaman pribadi atau hasil penelitian lainnya berupa peraturan, visi, misi atau teori-teori dalam buku dan jurnal. Kedua, mengkomunikasikan informasi mengenai masalah penelitian berupa konsep, konstruk dan definisi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode deskriptif dan verifikatif. Berikut merupakan pengertian metode deskriptif dan verifikatif menurut Sugiono (2019:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Menurut Sugiyono (2019:8) pengertian metode kuantitatif dapat diartikan

sebagai "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Pengertian Survei yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019:48) adalah "Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari hipotesis tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan".

Metode penelitian deskriptif yang digunakan untuk menjawab perumusan masalah mengenai tanggapan konsumen tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Maxx Coffee. Penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab perumusan masalah mengenai seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Maxx Coffee.

Penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab perumusan masalah mengenai seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Maxx Coffee.

3.2 Definisi Variable dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel yang diobservasi dalam penelitian ini adalah variabel yang diduga memiliki hubungan pengaruh untuk memecahkan masalah. Untuk melakukan

pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, indikator, ukuran dan skala. Untuk lebih jelas, berikut pengertian variabel dan operasional variabel penelitian.

3.7.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian, variabel penelitian merupakan satu faktor yang penting dan perlu diperhatikan dalam melakukan penelitian. Variabel merupakan penjelasan tentang variabel-variabel yang akan diteliti untuk menetapkan mana variabel bebas (*independent variable*), variabel terikat (*dependent variabel*) dan variabel penengah (*intervening variabel*). Dalam penelitian ini, menggunakan dua variabel bebas (*Independent*), dan satu Variabel terikat (*dependent variable*). Berdasarkan judul penelitian yaitu: “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen Maxx Coffee”. Berikut ini penjelasan mengenai masing-masing variabel yang digunakan, yaitu:

Pengertian variabel bebas (*independent*) dalam Sugiyono (2019:59) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Lalu variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas yang menjadi variabel terikat atau variabel dependent (Sugiyono, 2019:59).

Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang digunakan yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepuasan konsumen (Y). Variabel Kualitas

Pelayanan dan harga adalah variabel *independent* atau variabel bebas sedangkan Kepuasan Konsumen adalah variabel *dependent* atau terikat. Berikut adalah definisi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Fandy Tjiptono (2019:335) menyatakan bahwa kualitas layanan mempunyai hubungan erat dengan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan memahami harapan serta kebutuhan pelanggan sehingga dapat mencapai loyalitas pelanggan.

2. Harga (X2)

Kotler dan Armstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2019:52), menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga.

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Iskandar (2019) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan tujuan dari setiap perusahaan, kepuasan ini sebagai penilaian tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Begitu pentingnya kepuasan konsumen bagi suatu perusahaan karena merupakan faktor yang berdampak positif terhadap keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator. Juga untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Penelitian initerdiri dari tiga pokok variabel yang akan diteliti yaitu, Kualitas Pelayanan (X₁), Harga (X₂) sebagai variabel independen atau variabel bebas serta Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel dependen atau variabel terikat. Agar lebih jelas mengenai operasionalisasi variabel, maka dapat dilihat pada tabel di bawah, berikut ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Kualitas Pelayanan(X₁) didefinisikan sebagai hal yang berfokus pada pelayanan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan Penyampainnya untuk Mengimbangi harapan konsumen. Kotler dan Keller Dalam Fandy Tjiptonodan Chandra (2016)	Berwujud	Penampilan karyawan yang rapih	Tingkat penampilan karyawan yang rapih	Ordinal	1
		Kelengkapan fasilitas	Tingkat kelengkapan fasilitas	Ordinal	2
	Empati	Kemampuan karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen	Tingkat kemampuan karyawan memahami keinginan dan kebutuhan karyawan	Ordinal	3
		Keramahan karyawan	Tingkat keramahan karyawan	Ordinal	4
	Keandalan	Kemampuan karyawan	Tingkat Kemampuan karyawan Dalam	Ordinal	5

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
			melayani konsumen		
		Pengetahuan karyawan	Tingkat pengetahuan karyawan Dalam menjawab pertanyaan konsumen	Ordinal	6
	Ketanggapan	Kecepatan gaya tanggap	Tingkat Kecepatangaya tanggap karyawan Dalam melayani Konsumen	Ordinal	7
		Inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan pada konsumen	Tingkat inisiatif karyawandalam melayani konsumen	Ordinal	8
	Kepastian	Keamanan pelayanan jasa	Tingkat Keamanan pelayanan jasa	ordinal	9
		Keyakinan konsumen pada kualitas layanan	Tingkat Keyakinan konsumenpada kualitas layanan	ordinal	10
		Ketepatan waktu karyawan dalam pelayanan	Tingkat Ketepatanwaktu karyawanDalam pelayanan	ordinal	11
	Keterjangkau Harga	Harga produk yang di tawarkan sesuai dengan konsumen	Tingkat kesesuaian harga dengan kemampuan atau dayabeli	ordinal	12
		Harga produk	Tingkat		

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
pemasukan atau Pendapatan bagi perusahaan. Kotler dan Armstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2019:52)		sesuai dengan minat beli konsumen	kesesuaian harga minat beli konsumen	Ordinal	13
	Kesesuaian harga dengan produk	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas	Ordinal	14
		Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan	Tingkat kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan	Ordinal	15
	Daya saing harga	Harga lebih terjangkau dibandingkan pesaing	Tingkat harga lebih murah	Ordinal	16
		Harga mampu bersaing dengan produk sejenis ditempat lain	Tingkat persaingan harga produk	Ordinal	17
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan kebutuhan konsumen	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal	18
		Harga sesuai dengan keinginan	Tingkat kesesuaian harga dengan harapan	Ordinal	19
Kepuasan konsumen (Y) didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau pesan terhadap kinerja	Kinerja	Kepuasan atas kemampuan dalam melayani konsumen	Tingkat kepuasan atas kemampuan dalam melayani konsumen	Ordinal	20
		Kepuasan atas kesiapan karyawan dalam melayani konsumen	Tingkat kepuasan atas kesiapan karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	21
		Memberikan	Tingkat		

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
hasil suatu produk/jasa dan harapan-harapannya. Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Buchari Alma (2019)		informasi kepada orang lain	Memberikan informasi kepada orang lain	Ordinal	22
	Harapan	Kepuasan atas terpenuhinya keinginan konsumen	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan merek	Ordinal	23
		Kepuasan atas kemampuan melayani konsumen dibandingkan dengan pesaing	Tingkat kepuasan atas kemampuan melayani konsumen	Ordinal	24
		Loyalitas	Tingkat kesetiaan pada Maxx Coffee	Ordinal	25
		Keputusan membeli pada Maxx Coffe	Tingkat keputusan membeli pada MaxxCoffee	Ordinal	26

Sumber: Hasil pengolahan penulis, 2024

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti, rentang waktu penelitian dan metode pengambilan sampel yang digunakan. Populasi yang akan dijadikan unit analisis, sehingga kerangka sampling dapat berupa daftar elemen atau unit dalam populasi dari daftar peneliti akan mengambil unit sampel. Unit sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan metode atau teknik sampling tertentu.

3.7.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari subjek penulisan yang akan diteliti. Subjek tersebut dapat berupa sejumlah nilai yang diperoleh dari hasil perhitungan tertentu. Menurut Sugiyono (2019:80) pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Maxx Coffee. Berikut jumlah pengunjung Maxx Coffee pada bulan Januari – Desember 2023:

Tabel 3.2
Data Jumlah Pengunjung Maxx Coffee Buah Batu

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	105
2	Februari	139
3	Maret	135
4	April	115
5	Mei	242
6	Juni	216
7	Juli	220
8	Agustus	282
9	September	120
10	Oktober	125
11	November	115
12	Desember	319
Jumlah		2.131
Rata- rata		177

Sumber : Data Internal Maxx Coffee Buah Batu, 2024

3.7.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2019:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan

karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka dari itu akan di ambil sampel yang benar – benar representatif (dapat mewakili). Untuk menentukan besarnya sampel yang di ambil dari populasi dan menggunakan rumus yang di kemukakan oleh Slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=10\%$ adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e^2 : Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di toleran (tingkat kesalahan dalam sampling ini)

Sehingga dapat dihitung jumlah sampel seperti berikut :

$$n = \frac{2131}{1 + 2131(0,1)^2} = 99,9 = 100$$

3.7.3 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*. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini

adalah teknik *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2020:84) “*Non probability sampling* adalah Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, Teknik sampel ini meliputi, sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, sampling purposive, sampling jenuh dan *snowball sampling*.”

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang ada didalam pengumpulan data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2021:296) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Menurut Sugiyono (2021:194) jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengamatan lapangan

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

a. Pengamatan langsung

Observasi dilakukan dengan melakukan penelitian dan pengamatan Secara langsung terhadap objek penelitian, yaitu konsumen Maxx Coffe Buah Batu. Menurut Sutrisno Hadi dalam Tjiptono (2020:203) mengemukakan bahwa,

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam menurut Sugiyono (2021:137).

c. Kuesioner

Kuesioner akan diberikan kepada konsumen Maxx Coffee Buah Batu. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Penyebaran kuesioner dapat melalui secara tertulis atau digital, dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden atau melalui Google Form yang disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan. Menurut Sugiyono (2021:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Penelitian kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu

literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian. Kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrumen penelitian layak untuk dipakai dalam penelitian. Instrumen penelitiandi sini yaitu kuesioner. Berikut adalah uji validitas dan uji reliabilitas yang akan digunakan peneliti antara lain.

3.7.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2019:17) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Dalam mencari nilai korelasi menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi pearson product moment dengan rumus menurut Sugiyono (2020:246) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *product moment*

X = skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item Y = skor total instrumen

n = jumlah responden dalam uji instrumen ΣX = jumlah hasil pengamatan variabel X ΣY =

jumlah hasil pengamatan variabel Y

ΣXY = jumlah hasil pengamatan variabel X dan variabel Y ΣX^2 = jumlah kuadrat pada masing-masing skor x

ΣY^2 = jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y Dasar pengambilan keputusan:

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

Sugiono (2017:2015) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,300 ke atas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,300 harus di perbaiki karena dianggap tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2019:130) menyatakan bahwa uji

reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Untuk mencari nilai reliabilitas dari sebuah pernyataan digunakan metode *Split-Half* atau metode belah dua, yang mana pernyataan atau alat ukur yang sudah dinyatakan valid. Selanjutnya disusun ulang dengan cara pernyataan pada nomor ganjil semuanya dipisahkan dari pernyataan yang bernomor genap, kedua kelompok tersebut kemudian masing-masing dijumlahkan dan dikorelasikan dengan menggunakan metode *person product momen* yang kemudian dimasukkan pada rumus korelasi *spearman brown* yaitu 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 perolehan dengan rumus:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi product moment
A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

ΣA = Jumlah total skor kelompok ganjil
 ΣB = Jumlah total skor kelompok genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor kelompok ganjil
 ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor

kelompok 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 = Nilai reliabilitas

rb = korelasi pearson product moment antara kelompok pertama (ganjil) dan kelompok kedua (genap), reliabilitas minimal sebesar 0,7

Setelah di dapat nilai reliabilitas (r_{hitung}) maka nilai tersebut dibandingkan dengan (r_{tabel}) yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

Bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$: Instrumen tersebut dikatakan reliabel

Bila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$: Instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel

3.6 Metode Analisis Data

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 persentase. 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 (2021:207) Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan dapat disimpulkan analisis data yang digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X_1) = Kualitas Pelayanan, (X_2) = Harga, terhadap variabel dependen (Y) = Kepuasan Konsumen.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dari variabel penelitian dan digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk melihat sejauh mana tanggapan pelanggan terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada Maxx Coffee. Menurut Sugiyono (2021:64) analisis deskripsif 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 dengan variabel lain.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2021:146) 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 diperoleh oleh responden. Adanya skor ini dapat memberikan masing-masing jawaban pernyataan alternatif, berikut peneliti sajikan skala likert pada halaman berikutnya menurut Sugiyono (2021:147) skala likert sebagai berikut:

Tabel 3.3
Tabel Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Keterangan
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono 2021

Berdasarkan tabel 3.3 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, independen dan intervening 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 di jumlahkan. Setelah setiap indikator memiliki jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya peneliti gambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecendrungan jawaban responden akan disadarkan pada nilai rata-rata skor selanjutnya akan dikategorikan pada rentan skor berikut:

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

Keterangan:

Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 4

Rentang Skor = $(5-1)/5 = 0.8$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui kategori skala dengan 5 kategori yang peneliti sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kategori Skala

No	Skala	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)

3.7.2 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. Menurut Sugiyono (2021:65) 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 Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode yang akan penulis bahas pada sub bab berikut.

1.6.2.1. Method Of Succesive Internal (MSI)

Metode ini merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu diubah menjadi interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan teknik MSI (*Method of Succesive Interval*).

Dalam banyak prosedur statistik seperti korelasi, uji t dan lainnya mengharuskan data berskala interval. Oleh karenanya, jika hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Langkah-langkah dalam mengkonversikan skala ordinal adalah 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 proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung Scala Value (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan sebagai 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 interval
<i>Density at lower limit</i>	= Kepadatan batas bawah
<i>Density st upper limit</i>	= Kepadatan batas atas
<i>Area under upper limit</i>	= Daerah dibawah batas atas
<i>Area under lower limit</i>	= Daerah dibawah batas bawah

7. Mengubah Scala Value (SV) terkecil menjadi sama dengan satu (=1) dan mentransformasikan masing-masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh *Transformed Scaled Value* (TSV)

1.6.2.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2019:213) menyatakan bahwa Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubah nya nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independendan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positifatau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebutmengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian inimenggunakan

rumus menurut Sugiyono (2019:258) sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan) a = Bilangan Konstanta

b1 = Koefisien Regresi (Kualitas Pelayanan) b2 = Koefisien Regresi (Harga)

X1 = Variabel Bebas (Kualitas Pelayanan) X2 = Variabel Bebas (Harga)

e = Tingkat Kesalahan (*Standar error*)

1.6.2.3. Analisis Korelasi Berganda

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana derajat kekuatan hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain yakni variabel X terhadap variabel Y. Rumus untuk mencari koefisien korelasi product moment adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi berganda JK(reg) = Jumlah kuadrat regresi

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

Apabila r = 1, terdapat hubungan antara variabel X₁, X₂ dan variabel Y

Apabila r = -1, terdapat hubungan antar variabel negative

Apabila r = 0, tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel 3.5 dibawah ini:

Tabel 3.5
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2021)

3.7 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_1), rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

3.7.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelayanan dengan objek penelitiannya yaitu Maxx Coffee. Hipotesis yang akan dikemukakan adalah sebagai berikut:

a. Membuat Formulasi Uji Hipotesis

1. $H_0 : b_1 ; b_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) Maxx Coffee.
2. $H_1 : b_1 ; b_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) Maxx Coffee.

b. Menentukan Tingkat Signifikansi

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

c. Menghitung Nilai F Hitung Dengan Rumus

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 bawah ini.

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

Keterangan:

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda K = Banyaknya variabel bebas

N = Jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F table

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

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

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. (signifikan)
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak. (tidak signifikan)

3.7.2 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. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistik sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

$H_a : \beta_1 \neq 0$, terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

$H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

$H_a : \beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 5% atau dengan tingkat keyakinan 95% dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

rp = Kolerasi parsial yang ditentukan

n = Jumlah sampel

Kemudian hasil hipotesis thitung dibandingkan ttabel dengan ketentuan berikut ini:

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan :
 - a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
2. Dengan membandingkan t hitung dengan tabel:
 - a. Terima H_0 Jika $t_{hitung} < t_{tabel} - H_1$ ditolak (tidak signifikan)
 - b. Tolak H_0 Jika $t_{hitung} > t_{tabel} - H_1$ diterima (signifikan)

3.7.3 Analisis Koefisien Determasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat presentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) variabel harga (X_1), variabel kualitas pelayanan (X_2), terhadap kepuasan konsumen (Y). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, rumus sebagai berikut:

a. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui seberapa

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

besar presentase variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) terhadap kepuasan

konsumen (Y). Secara simultan koefisien korelasinya yaitu:

Keterangan:

Kd = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi

100% = Pengkali yang menyatakan dalam presentasi

Nilai koefisien determinasi (Kd) yakni antara 0 sampai 1 ($0 \leq Kd \leq 1$).

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial :

$$Kd = Zero\ Order \times \beta \times 100\%$$

Keterangan:

B = Beta (nilai *standarlized coefficients*)

Zero Order = Matrik Korelasi variabel bebas dengan variabel terikat dimana apabila:

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat.

3.8 Rancangan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2021:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis

kepada responden untuk dijawabnya. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner itu berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, Harga terhadap Kepuasan konsumen sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala Likert.

3.9 Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam penelitian ini adalah Maxx Coffee yang berada di Buah Batu No. 157, Buah Batu, Kota Bandung. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Juli 2024 sampai dengan selesai.

