

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian merupakan suatu cara ataupun teknik yang dipergunakan sebagai alat bantu untuk mengumpulkan data serta analisisnya agar diperoleh suatu kesimpulan guna mencapai tujuan penelitian. Metode penelitian adalah upaya untuk mencari kebenaran secara ilmiah yang didasarkan pada data yang sesuai dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Di samping itu untuk memperoleh kebenaran ilmiah, metode penelitian juga merupakan cara utama yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian secara efektif. Menurut Sugiyono (2021:17) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis deskriptif dan metode verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:147) mengatakan bahwa: “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Analisis deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan dan menjelaskan keadaan mengenai fakta-fakta, sifat-sifat populasi berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan. Sebelum menganalisis digunakan metode survei untuk mengetahui keadaan di lapangan. Setelah survei dilakukan kemudian menganalisis data. Menurut Sugiyono (2021:35) pendekatan

penelitian analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui kondisi variabel Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan Indihome STO Telkom Ujungberung.

Sedangkan metode penelitian analisis verifikatif menurut Sugiyono (2021:35) adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari pendekatan analisis verifikatif adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain. Metode verifikatif penelitian yang digunakan dalam upaya untuk menguji kebenaran hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik untuk menjawab tentang seberapa besar pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan Indihome STO Telkom Ujungberung.

3.2 Definisi Variabel dan Operasional Variabel

Berdasarkan judul penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan, maka variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X_1) yaitu Persepsi Harga, variabel (X_2) yaitu Kualitas Pelayanan, dan variabel (Y) yaitu Kepuasan pelanggan. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini digunakan agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukan proses atau operasionalisasi alat ukur yang akan digunakan untuk variabel yang ditelitinya.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2021:38) variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga akan diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat, sebagai berikut:

1. Variabel bebas (Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dengan kata lain variabel bebas merupakan variabel yang menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Terdapat dua variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu:

a. Persepsi Harga (X_1)

Menurut Monroe (dalam Harjati dan Venesia, 2019:66) "*Perception basically involves the process of categorization. That is, we tend to place new experience into existing classifications of familiar experience*". Yang berarti persepsi harga pada dasarnya melibatkan proses kategorisasi, yaitu cenderung untuk menempatkan pengalaman yang baru ke dalam klasifikasi yang ada dalam pengalaman yang sudah familiar.

b. Kualitas Pelayanan (X_2)

Menurut Kotler dan Armstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2020:188) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun."

2. Variabel terikat (Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dengan kata lain variabel terikat merupakan akibat yang timbul karena adanya variabel

bebas.

a. Kepuasan pelanggan (Y)

Menurut Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Buchari Alma (2020:80) yang mengungkapkan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dengan harapan.

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasionalisasi variabel adalah suatu batasan maupun konstruk yang diberikan oleh peneliti terhadap variabel yang diteliti agar variabel yang semula hanya berupa konsep yang abstrak dan luas menjadi konsep yang operasional dan spesifik sehingga tidak multi tafsir dan pada gilirannya variabel tersebut dapat diukur (Sugiyono, 2021:41).

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang dikelompokkan menjadi dua variabel bebas yaitu Persepsi Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) dengan satu variabel terikat yaitu Kepuasan pelanggan (Y). Dari ketiga variabel tersebut masing-masing mempunyai indikator-indikator yang akan diukur dengan skala ordinal. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui ukurannya, peneliti menjabarkan ke dalam bentuk operasionalisasi variabel pada tabel berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Persepsi Harga (X_1) Persepsi harga	Keterjangkauan Harga	Harga Produk dapat dijangkau	Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal	1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p>pada dasarnya melibatkan proses kategorisasi yaitu cenderung untuk menempatkan pengalaman yang baru ke dalam klasifikasi yang ada dalam pengalaman yang sudah familiar</p> <p>Monreo (dalam Harjati dan Venesa, 2019:66)</p>		semua kalangan			
		Harga produk bervariasi sesuai dengan kebutuhan	Tingkat variasi harga sesuai dengan kebutuhan		2
	Kesesuaian Harga dengan kualitas produk	Harga produk sesuai dengan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk		3
		Harga produk sesuai dengan hasil yang diinginkan	Tingkat kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan		4
	Kesesuaian Harga dan manfaat	Harga produk sesuai dengan manfaat yang didapatkan	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan		5
		Harga produk memiliki manfaat yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang lebih baik		6
	Harga sesuai kemampuan dan daya saing harga	Harga produk dapat bersaing dengan produk pesaing	Tingkat persaingan harga		7

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		Harga produk lebih ekonomis dibandingkan dengan produk lain	Tingkat ekonomis harga		8
Kualitas Pelayanan (X₂) “Kualitas pelayanan adalah kegiatan ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan pemindahan kepemilikan apapun. Kotler dan Armstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2020:188)	Bukti Fisik	Penampilan karyawan Indihome STO Telkom Ujungberung yang rapih dan bersih	Tingkat Penampilan karyawan Indihome STO Telkom Ujungberung yang rapih dan bersih	Ordinal	9
		Kelengkapan fasilitas pelanggan Indihome STO Telkom Ujungberung	Tingkat Kelengkapan fasilitas pelanggan Indihome STO Telkom Ujungberung		10
	Empati	Karyawan Indihome STO Telkom Ujungberung melayani dengan ramah dan senyuman	Tingkat Karyawan Indihome STO Telkom Ujungberung melayani dengan ramah dan senyuman		11
		Karyawan Indihome STO Telkom Ujungberung memberikan sapaan kepada pelanggan	Tingkat Karyawan Indihome STO Telkom Ujungberung memberikan sapaan kepada pelanggan		12
	Keandalan	Karyawan Indihome STO Telkom	Tingkat Karyawan Indihome STO Telkom		13

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		Ujungberung sigap dalam melayani pelanggan	Ujungberung sigap dalam melayani Pelanggan		
		Karyawan Indihome STO Telkom Ujungberung dapat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	Tingkat Karyawan Indihome STO Telkom Ujungberung dapat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan		14
	Daya Tanggap	Karyawan Indihome STO Telkom Ujungberung tanggap dalam menjelaskan produk dan harga yang tidak diketahui oleh pelanggan	Tingkat Karyawan Indihome STO Telkom Ujungberung tanggap dalam menjelaskan produk dan harga yang tidak diketahui oleh pelanggan		15
		Karyawan saat memberikan pelayanan Indihome STO Telkom Ujungberung cepat	Tingkat Karyawan saat memberikan pelayanan Indihome STO Telkom Ujungberung cepat		16
	Jaminan	Karyawan STO Telkom Ujungberung tidak pernah lupa memberikan	Tingkat Karyawan STO Telkom Ujungberung tidak pernah lupa memberikan garansi kepada		17

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		garansi kepada pelanggan	Pelanggan		
Kepuasan Belanggan (Y) Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dengan harapan. Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Buchari Alma (2020:80)	Kinerja	Kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan STO Telkom Ujungberung	Tingkat Puas atas kinerja karyawan dalam melayani pelanggan STO Telkom Ujungberung	Ordinal	18
		Kepuasan pelanggan terhadap harga yang diberikan Indihome STO Telkom Ujungberung	Tingkat pelanggan Indihome STO Telkom Ujungberung puas atas harga yang diberikan oleh karyawan		19
	Harapan	Harga sesuai dengan harapan pelanggan	Tingkat Biaya yang dikeluarkan pelanggan Indihome STO Telkom Ujungberung sesuai dengan yang harapan		20
		Kualitas produk sesuai dengan harapan pelanggan	Produk sesuai dengan harapan pelanggan Indihome STO Telkom Ujungberung		21

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Sampel sangat membantu jika populasi dianggap terlalu banyak. Dalam suatu penelitian populasi dan sampel ditetapkan sebagai tujuan agar penelitian bisa mendapatkan data sesuai yang diharapkan.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2021:55). Populasi yang digunakan pelanggan Indihome STO Telkom Ujungberung

Tabel 3. 2

Data Pengunjung Indihome STO Telkom Ujungberung Tahun 2023

No	Bulan	Pengunjung
1.	Januari	128
2.	Februari	136
3.	Maret	115
4.	April	123
5.	Mei	131
6.	Juni	124
7.	Juli	124
8.	Agustus	138
9.	September	123
10.	Oktober	118
11.	Nopember	123
12.	Desember	139
Jumlah		1.522
Rata-rata		127

Sumber : Indihome STO Telkom Ujungberung

Berdasarkan tabel 3.2 pengunjung Indihome STO Telkom Ujungberung mengalami fluktuasi, dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Indihome STO Telkom Ujungberung sepanjang tahun 2022 sebanyak 1.522 Jumlah rata-rata pengunjung perbulannya sebanyak 127 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, 2021:146). 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, 2021:158). Bila jumlah populasi diketahui, maka perhitungan sampel dapat menggunakan rumus Yamane.

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan
 N = Jumlah populasi
 e^2 = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) biasanya 10%

Jumlah populasi yaitu sebanyak 1.522 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.

$$n = \frac{1.522}{1 + 1.522(0,1)^2} = 93.8347719 \text{ dapat dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan maka ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 94 orang dibulatkan menjadi 100 orang responden dengan tingkat kesalahan sebesar 10%.

3.4 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2021:147). Untuk menentukan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai Teknik sampling yang dapat digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu *probability sampling* dan *nonprobability 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, 2021:150). *Nonprobability sampling* meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, purposive sampling, sampling jenuh, snowball sampling, dan sensus.

Teknik non probability sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling menurut Sugiyono (2021:152) 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 pelanggan yang berusia 15 tahun ke atas.
2. Sudah pernah berkunjung dan melakukan pembelian minimal 1 kali pada Indihome STO Telkom Ujungberung.

Tabel 3. 3
Karakteristik Responden

No	Katakarakteristik 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 perbulan 3. >10 kali per bulan

Sumber : Data Diolah Peneliti (2024)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2021:137) berdasarkan sumber dari mana data berasal maka data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Data penelitian diperoleh dari narasumber asli secara langsung. Untuk

memperoleh data primer, penelitian menggunakan teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas karyawan di lingkungan *Indihome STO Telkom Ujungberung*.

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dan melalui *telephone* dengan karyawan *Indihome STO Telkom Ujungberung* yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (secara langsung) untuk dijawab. Peneliti menyediakan pernyataan-pertanyaan untuk responden jawab yang berisikan kesesuaian antara pernyataan dengan kondisi yang dialami responden. Kuesioner penelitian ini dilakukan secara personal atau *personally administered questionnaires*.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan merupakan suatu kegiatan untuk menghimpun dan mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian sebagai data sekunder. Adapun cara yang dilakukan sebagai berikut:

a. Jurnal penelitian, adalah penelaahan terhadap hasil peneliti yang telah

dilakukan secara ilmiah.

- b. Internet, yaitu cara mengumpulkan data dengan mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet, baik yang berbentuk jurnal, makalah, artikel, maupun karya tulis.
- c. Buku, merupakan data sekunder yang dapat diperoleh dari buku yang memiliki kaitan dengan variabel-variabel dalam penelitian.

3.5.1 Uji Instrumental Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini terdapat dua uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima atau standar, maka alat ukur tersebut harus melalui uji validitas dan reliabilitas, uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sementara uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk.

3.5.2 Uji Validitas

Validitas artinya keakurasian data, validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, untuk mengetahui apakah setiap butir instrumen valid atau tidak dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor setiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan.

Menurut pendapat para ahli uji validitas dapat dilakukan menggunakan rumus *pearson product moment*, yang kemudian dapat ditafsirkan. Menurut Sugiyono (2021:143) jika koefisien korelasi lebih besar dari 0,300 ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$) maka dinyatakan valid, tetapi jika koefisien korelasinya lebih kecil dari 0,300 ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$) maka dinyatakan tidak valid. Dalam mencari nilai korelasi penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{hitung} = Koefesien validitas yang dicari

n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

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

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

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

3.5.3 Uji Reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji, reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. 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 pertanyaan.

Untuk uji reliabilitas digunakan metode *alpha cronbach*, yang hasilnya bisa dilihat dari nilai *Cronbach-alpha*, hasil penelitian reliabel terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Adapun rumus yang dipakai dalam uji reliabilitas ini adalah:

$$r_1 = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_1 = Koefisien reliabilitas alpha

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Jika korelasi nilai *Alpha cornbach* yang dihasilkan sama dengan ($r_{\text{tabel}} \geq 0,700$) maka dapat dinyatakan memberikan hasil reliabel yang cukup, tetapi sebaliknya jika hasil korelasi bawah ($r_{\text{tabel}} \leq 0,700$) maka dapat dinyatakan kurang reliabel.

3.6 Metode Analisis Data Penelitian

Analisis data penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner. Pengolahan data dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang sudah dijawab responden, kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk tabel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala likert di dalam kuesioner. Menurut Sugiyono (2021:160) “skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial”. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item instrumen dimana alternatifnya berupa pernyataan.

Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. 4

Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
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)

Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian, maka dalam menganalisis data harus dilakukan dengan benar sesuai metode yang digunakan. Peneliti menggunakan analisis deskriptif dan analisis verifikatif pada penelitian ini, untuk dapat menganalisis dan mengolah data yang akan diteliti.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan suatu kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Analisis deskriptif menurut Sugiyono (2021:167) adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, piktogram, perhitungan modus, median, *mean*, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, juga perhitungan persentase. Analisis deskriptif pada penelitian ini menggambarkan tentang suatu data menggunakan *mean* atau nilai rata-rata dari masing-masing variabel dan seluruh sampel yang diteliti untuk mengetahui tentang kondisi Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan

Kepuasan pelanggan. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner selanjutnya akan dicari rata-ratanya dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Sigma_{mean} = \frac{\Sigma \text{Jawaban Kuesioner}}{\Sigma \text{Pertanyaan} \times \Sigma \text{Responden}} \times 100\% = \text{Skor Rata - Rata}$$

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

$$NJl = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria jawaban}}$$

Keterangan:

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

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

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

Berdasarkan rumus di atas, diperoleh nilai interval kelas sebesar 0,8 sehingga berlaku ketentuan kategori dengan hasil sebagai berikut:

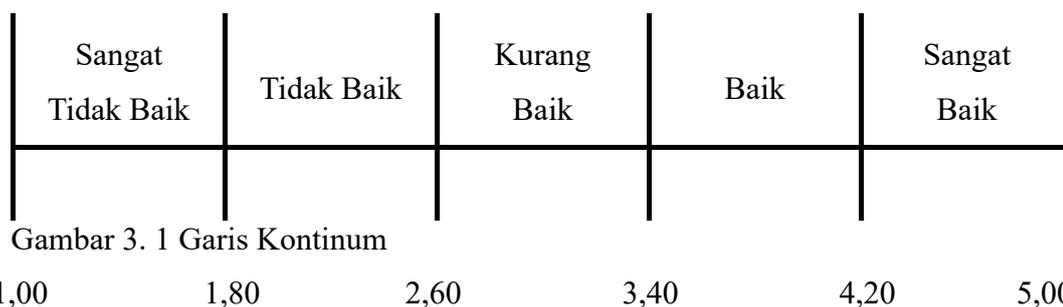
Tabel 3. 5

Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden

Interval	Kriteria
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 (2021)

Kategori skala pengukuran tersebut dapat diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum, yaitu sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Garis Kontinum

1,00 1,80 2,60 3,40 4,20 5,00

Sumber: Sugiyono (2021)

Berdasarkan Gambar 3.1 menunjukkan bahwa *range* 1,00 – 1,80 menunjukkan hasil pengukuran yang sangat tidak baik, *range* 1,80 – 2,60 menunjukkan hasil pengukuran tidak baik, *range* 2,60 – 3,40 menunjukkan hasil pengukuran kurang baik, *range* 3,40 – 4,20 menunjukkan hasil pengukuran baik, 4,20 – 5,00 menunjukkan hasil pengukuran yang sangat baik.

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Menurut Sugiyono (2021:170) Analisis varifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian hipotesis apakah diterima atau ditolak.

3.6.2.1 Method of Successive Interval (MSI)

Method of successive interval digunakan untuk mengubah data ordinal ke interval. Mengingat data variabel yang digunakan dalam penelitian seluruhnya adalah skala ordinal, sementara pengolahan data dengan penerapan statistik parametrik mensyaratkan data sekurang-kurangnya harus diukur dalam skala interval. Dengan demikian semua data ordinal yang terkumpul akan ditransformasikan terlebih dahulu menjadi skala interval dengan menggunakan

Method of Successive Interval (MSI). Berikut langkah-langkah untuk melakukan transformasi data:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, kemudian hitung berapa banyak responden yang menjawab skor nilai 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. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor.
5. Gunakan tabel distribusi normal, dihitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
6. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel densitas).
7. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

Scala Value: Nilai skala

Density of lower limit: Densitas batas bawah

Density of upper limit: Densitas batas atas

Area under upper limit: Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit: Daerah dibawah batas bawah

8. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus:

$$Y = SV + K$$

$$K = 1 [SV_{min}]$$

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen, serta untuk memprediksi nilai variabel independen yang mengalami kenaikan atau perubahan.

Dikatakan regresi linier berganda, karena jumlah variabel independen sebagai prediktor lebih dari satu, analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang paling jamak dipergunakan dalam penelitian-penelitian sosial, terutama penelitian ekonomi. Adapun persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat/dependen (Kepuasan Pelanggan)

a = Konstanta

X₁ = Variabel bebas (Persepsi Harga)

X₂ = Variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

b₁, b₂ = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel

ε = *Standart error*/epsilon (variabel lain yang tidak diteliti)

3.6.2.3 Analisis Korelasi berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel independen X₁ (Persepsi Harga), X₂ (Kualitas Pelayanan) dan variabel dependen Y (Kepuasan

Pelanggan). Keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah koefisien korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara variabel yang dinyatakan dalam bilangan. Adapun rumus korelasi berganda sebagai berikut:

$$r = \frac{JK_{\text{regresi}}}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi ganda

JK_{regresi} = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total

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

- Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan positif antara variabel X_1 , X_2 dan Y .
- Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan negatif antara variabel X_1 , X_2 dan Y .
- Apabila $r = 0$, artinya terdapat hubungan korelasi

Tabel 3. 6
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 - 0,199	Sangat Rendah
0,200 - 0,399	Rendah
0,400 - 0,599	Cukup
0,600 - 0,799	Tinggi
0,800 - 0,999	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2021)

3.6.2.4 Uji Hipotesis

Kebenaran dari hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Pengertian hipotesis tersebut adalah untuk hipotesis penelitian. Sedangkan secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel

penelitian (statistik) (Sugiyono, 2022:241). Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), persepsi harga (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

3.6.2.5 Pengujian Secara 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.

$H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$, tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

$H_1 : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

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

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

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.

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).

3.6.2.6 Pengujian Secara 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 (α) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10% ditentukan sebagai berikut.

$$t = \frac{\sqrt{n - (K + 1)}}{1 - r^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

K = Jumlah variabel independent

Pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut t_{hitung} dibandingkan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, 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 persepsi harga

$H_0 : \beta_1 = 0 \rightarrow$ artinya tidak ada pengaruh variabel persepsi harga terhadap variabel kepuasan pelanggan

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

2. Hipotesis kualitas pelayanan

$H_0 : \beta_2 = 0 \rightarrow$ artinya tidak ada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan

$H_1 : \beta_2 \neq 0 \rightarrow$ artinya terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

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.

3.6.2.7 Analisis Koefisien Determinasi (Kd)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen Y (Kepuasan pelanggan) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen X_1, X_2 (Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai r^2 menunjukkan bahwa varian untuk variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) dan sebaliknya. Jadi nilai r^2

memberikan persentase varian yang dapat dijelaskan dari model regresi.

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel (X_1) Persepsi Harga dan (X_2) Kualitas Pelayanan serta Kepuasan pelanggan (Y) atau perhitungan koefisien determinasi secara simultan yang dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat dari koefisien berganda

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen terhadap variabel dependen, dimana variabel independen lainnya dianggap konstan/tetap. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen digunakan analisis koefisien determinasi secara parsial sebagai berikut:

$$Kd = b \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

b = Standar koefisien b (nilai *standardized coefficients*)

Zero Order = Korelasi variabel independen dengan variabel dependen

Ketentuan untuk koefisien determinasi secara parsial, yaitu:

- a. jika Kd mendekati nol (0), artinya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen lemah.

Jika K_d mendekati angka satu (1), artinya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2021:199). Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan. Rancangan kuesioner yang dibuat adalah kuesioner tertutup dimana pernyataan dan jawaban sudah ditentukan sebelumnya, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban pada kolom pernyataan yang sudah disediakan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung. Peneliti juga melakukan penelitian kepada pelanggan Indihome STO Telkom Ujungberung. Adapun waktu penyelesaian penelitian ini terhitung mulai dari bulan Juni 2024 S/D selesai.