

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian merupakan suatu langkah peneliti dalam mengumpulkan serta memperoleh informasi maupun data yang berhubungan dengan penelitian. Metode penelitian (Sugiyono, 2017:2) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Pada penelitian ini pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kuantitatif dengan pendekatan penelitian analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017:8), definisi metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Metode deskriptif adalah metode statistika yang digunakan untuk menganalisa data dan mendeskriptifkan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2017:29). Melalui metode penelitian deskriptif yang digunakan peneliti untuk menjawab perumusan masalah nomor satu, nomor dua, dan nomor tiga yaitu:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai persepsi harga di Sultan Agung Resto.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan di Sultan Agung Resto..
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan di Sultan Agung Resto.

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2017:36) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan akan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesa yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesa diterima atau ditolak.

Metode penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab perumusan masalah nomor 4 yaitu seberapa besar pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sultan Agung Resto baik secara simultan maupun parsial.

3.2. Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel merupakan penjabaran variabel mengenai makna batasan sejauh mana penelitian tersebut akan dilakukan. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk mengubah masalah yang diteliti berupa variabel. Dengan variabel-variabel inilah peneliti bisa mengolah sehingga dapat diketahui cara memecahkan masalah. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X1) yaitu Persepsi Harga, variabel (X2) yaitu Kualitas Pelayanan, variabel (Y)

yaitu Kepuasan Pelanggan. Dimana masing-masing variabel didefinisikan dan dibuat operasional variabelnya.

3.2.1. Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2017:38). Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Variabel-variabel tersebut adalah Persepsi Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepuasan Konsumen (Y). Variabel-variabel tersebut didefinisikan sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel yang mempengaruhi variabel lainnya atau variabel yang diduga sebagai penyebab dari variabel lain. Variabel bebas dinyatakan dalam bentuk “X” di mana Persepsi Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan sebagai (X2). Adapun variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Persepsi Harga : Menurut Kotler dan Armstrong (2016:52) Persepsi harga merupakan bagaimana konsumen memandang harga suatu produk, apakah dianggap tinggi, rendah, atau wajar, yang kemudian berpengaruh kuat pada niat pembelian dan kepuasan.
- b. Kualitas Pelayanan : Menurut Zeithaml dalam Laksana (2017:88) mendefinisikan sebagai “*The extent of discrepancy between customer expectation or desire and their perceptions*” dari pernyataan tersebut dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen

dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Maka yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan. Menurut Priansa (2019) mendefinisikan sebagai kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara ekspektasi sebelum pembelian dengan persepsi kinerja pasca pembelian..

3.2.2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan pengertian-pengertian variabel yang akan diteliti diatas, peneliti menetapkan sub variabel kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator. Indikator-indikator tersebut dikembangkan lagi menjadi pernyataan-pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner. Tujuannya adalah agar penelitian dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. Agar lebih jelas berikut ini adalah tabel 3.1 mengenai konsep dan indikator dari variabel-variabel tersebut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Persepsi Harga (X1)	1. Keterjangkauan Harga	a) Harga produk yang	Tingkat harga produk	Ordinal	1

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
merupakan bagaimana konsumen memandang harga suatu produk, apakah dianggap tinggi, rendah, atau wajar, yang kemudian berpengaruh kuat pada niat pembelian dan kepuasan. Kotler dan Amstrong (2016:52)		ditawarkan terjangkau	yang ditawarkan terjangkau		
		b) Harga produk sesuai dengan kemampuan pelanggan	Tingkat harga produk sesuai dengan kemampuan pelanggan	Ordinal	2
	2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	a) Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk menurut review pelanggan	Tingkat Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk menurut review konsumen	Ordinal	3
		b) Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditampilkan pada foto serta deskripsi produk	Tingkat Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditampilkan pada foto serta deskripsi produk	Ordinal	4
	3. Kesesuaian Harga dengan Manfaat	a) Harga sesuai dengan kebutuhan	Tingkat Harga sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	5
		b) Harga sesuai dengan manfaat yang diberikan	Tingkat Harga sesuai dengan manfaat	Ordinal	6

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
		menurut reiew pelanggan	yang diberikan menurut reiew pelanggan		
	4. Daya Saing	a) Potongan harga yang ditawarkan pesaing lebih besar	Tingkat Potongan harga yang ditawarkan pesaing lebih besar	Ordinal	7
		b) Harga yang ditawarkan pesaing lebih murah	Harga yang ditawarkan pesaing lebih murah	Ordinal	8
Kualitas Pelayanan (X2) kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat mendorong konsumen untuk komitmen pada produk dan pelayanan sebuah perusahaan.	1. Reliabilitas (<i>Reliability</i>)	a) Kemampuan Karyawan	Tingkat kemampuan karyawan dalam melayani Pelanggan	Ordinal	9
		b) Pengetahuan Karyawan	Tingkat kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan Pelanggan	Ordinal	10
	2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	a) Kecepatan daya tangkap	Tingkat kepercayaan daya tanggap karyawan dalam melayani Pelanggan	Ordinal	11
		b) Inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan pada Pelanggan	Tingkat inisiatif karyawan dalam melayani Pelanggan	Ordinal	12

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Parasuraman , Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2016:23)	3. Jaminan (<i>Assurance</i>)	a) Keamanan pelayanan jasa	Tingkat keamanan pelayanan jasa	Ordinal	13
		b) Keyakinan Pelanggan pada kualitas pelayanan	Tingkat keyakinan Pelanggan pada kualitas pelayanan	Ordinal	14
	4. Empati (<i>Emphaty</i>)	a) Kemampuan karyawan memahami keinginan dan kebutuhan Pelanggan	Tingkat kemampuan karyawan memahami keinginan dan kebutuhan Pelanggan	Ordinal	15
		b) Keramahan karyawan	Tingkat kemampuan karyawan dalam melayani Pelanggan	Ordinal	16
	5. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	a) Penampilan karyawan yang rapih	Tingkat penampilan karyawan yang rapih	Ordinal	17
		b) Kelengkapan fasilitas	Tingkat kelengkapan fasilitas Sultan Agung Resto	Ordinal	18
Kepuasan Pelanggan (Y) Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan	1. Harapan	a) Kesesuaian harapan atas kualitas pelayanan	Tanggapan Pelanggan mengenai tingkat kesesuaian harapan Pelanggan terhadap kualitas pelayanan	Ordinal	19

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
n antara ekspektasi sebelum pembelian dengan persepsi kinerja pasca pembelian Priansa (2019)		b) Kesesuaian harapan atas kualitas produk	Tanggapan mengenai tingkat kesesuaian harapan Pelanggan terhadap kualitas produk yang ada di Sultan Agung Resto	Ordinal	20
		c) Kebersihan yang baik di seluruh area	Tanggapan mengenai tingkat kebersihan yang baik sesuai dengan harapan pelanggan	Ordinal	21
	2. Kinerja	a) Kualitas pelayanan	Tanggapan Pelanggan mengenai tingkat kualitas pelayanan yang di hasilkan	Ordinal	22
		b) Kualitas produk yang dihasilkan	Tanggapan Pelanggan mengenai tingkat kualitas produk kopi pada Sultan Agung Resto	Ordinal	23

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
		c) Menciptakan suasana yang menyenangkan	Tanggapan pelanggan mengenai suasana yang menyenangkan dan kenyamanan	Ordinal	24

Sumber : Data diolah Peneliti (2023)

3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Pengumpulan data dimulai dengan menentukan responden yang akan dijadikan populasi, dari populasi tersebut peneliti akan mengambil bagian, jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui kriteria dan dapat dikategorikan kedalam objek tersebut berupa manusia. Hal ini selaras dengan pernyataan Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian karena populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang

berkunjung ke Sultan Agung Resto yang berjumlah 112.428 orang yang diambil dari data 6 bulan terakhir tahun 2023.

3.3.2. Sampel

Pengambilan sampel penelitian dalam suatu penelitian harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh dan bersifat representatif, artinya dapat mewakili karakteristik dari populasi penelitian secara keseluruhan, atau dapat menggambarkan keadaan sebenarnya. Dalam hal ini penulis mengambil sampel berdasarkan berapa kali berkunjung ke Sultan Agung Resto.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang berkunjung pada Sultan Agung Resto. Pengambilan sampel penelitian berdasarkan pada pendekatan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Prakiraan tingkat kesalahan, 0,1 atau 10%

$$\text{Maka : } n = \frac{112.428}{1 + 112.428(10\%)}$$

$$n = \frac{112.428}{1 + 112.428(0,01)}$$

$$n = \frac{112.428}{1 + 1.124,28} = 99 \sim 100$$

Dari perhitungan tersebut, maka penulis mengambil sampel sebanyak 100 orang.

3.3.3. Teknik Sampling

Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik non probability sampling. Menurut Sugiyono (2018:131) *non probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling accidental*, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:137) menyebutkan 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. Penelitian Lapangan (Field Research) Penelitian lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

- a. Pengamatan (*Observation*)

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada Sultan Agung Resto. Menurut Sugiyono (2017:203)

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

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak Sultan Agung Resto. Menurut Sugiyono (2017:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan atau pihak yang berwenang atau bagian lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner akan diberikan kepada konsumen Sultan Agung Resto. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan satu persatu kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data sekunder. Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam studi kepustakaan ini peneliti mengumpulkan dan mempelajari berbagai teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Teori dan konsep dasar tersebut diperoleh dengan cara menelaah

berbagai macam sumber seperti buku, jurnal, dan bahan bacaan yang relevan.

b. Riset Internet (*Online Riset*)

Teknik pengumpulan data yang berasal dari situs-situs atau website yang berhubungan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.5. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang 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 reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukur dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.5.1. Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2017:384) menyatakan bahwa validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. 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. Peneliti dalam mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi

yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi pearson product moment dengan rumus 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

n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor item instrumen

$\sum Y$ = Jumlah total skor jawaban

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum XY$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

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 berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Sugiyono (2017:2015) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus di perbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (Statiscal Product dan Service Solution). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul item-Total Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai corrected item-Total Correlation masing-masing butir pertanyaan.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan ukuran yang dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan ukuran yang harus dilakukan jika pengukuran 2 (dua) kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2021:363) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah mengukur sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara simultan (bersama-sama) terhadap seluruh pernyataan. Untuk uji reliabilitas menggunakan metode *split-half*, yaitu metode yang menghubungkan atau mengkorelasikan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilakukan pengujian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

1. Item dibagi dua secara acak, dikelompokkan dalam kelompok I dan II.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan II
3. Korelasi skor kelompok I dan kelompok II dengan rumus :

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

Dimana:

r = Koefisien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

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

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

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

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

$$r = \frac{2rb}{1 + rb}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi.

rb = Koefisien korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua batas reliabilitas minimal 0,7

Nilai reliabilitas rhitung tersebut dibandingkan dengan rtabel yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliable

Nilai yang valid memerlukan alat ukur yang memiliki keandalan dan reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur digunakan berulang kali dan memberikan hasil yang relative sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur, maka digunakan pendekatan secara statistika, dengan koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas $r \geq 0,7$ maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6. Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis dan uji hipotesis menguraikan metode-metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Menurut Sugiyono (2021:206) menyatakan bahwa analisis data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan setelah semua data responden terkumpul. Adapun teknik analisis

data yang peneliti pakai dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif adalah sebagai berikut:

3.6.1. Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut : hasil pengoperasian variabel disusun pada bentuk pertanyaan pertanyaan (kuesioner/angket). Dimana Persepsi Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan pelanggan (Y) setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

Selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

$$\frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor Rata-Rata}$$

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

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}}$$

Dimana:

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

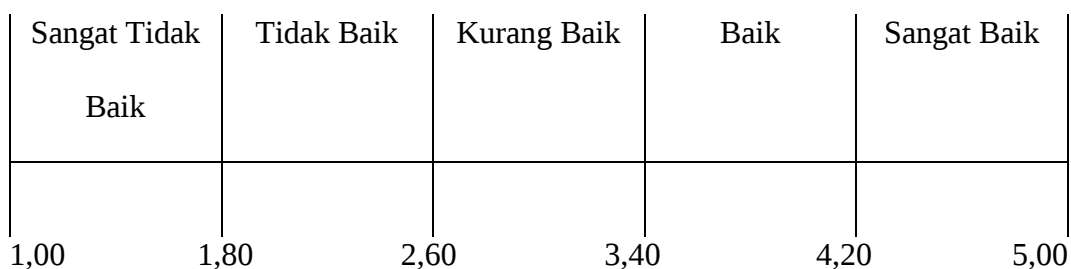
$$\text{Rentang Skor} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Tabel 3.2
Kategori Skala

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

Sumber : Sugiyono (2018 :34)

Berdasarkan hasil perhitungan maka dapat diketahui kategori skala pada tabel 3.2 diatas. Setelah nilai rata – rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum sebagai berikut:



Sumber : Sugiyono (2018)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2. Analisis Verifikatif

Penelitian ini menggunakan penelitian analisis verifikatif dimana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang menggunakan perhitungan statistik. Yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Sugiyono (2020:329) Analisis verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji sebuah hipotesis sehingga dapat

menghasilkan kesimpulan yang memiliki kredibilitas. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode berikut ini :

1.6.2.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independent ($X_1, X_2, X_3, \dots X_n$) dengan variabel dependent (Y). Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda Karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Persamaan regresi linear berganda Dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien regresi

b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Persepsi Harga

X_2 = Kualitas Pelayanan

e = Tingkat kesalahan (*standard error*)

1.6.2.2. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel Persepsi Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Konsumen (Y) dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

R^2 = Koefisien korelasi berganda

JK(reg) = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total korelasi

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

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan variabel Y

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel negative

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada Tabel dibawah ini

Tabel 3.3
Tafsiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017:184)

3.7. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.7.1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara bersamaan. Pengujian ini menggunakan Uji F dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis Simultan

H0 : $\beta_1, \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

H1 : $\beta_1, \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Menentukan tingkat signifikansi, yaitu 10% atau 0,1 derajat bebas dengan rumus $(db) = n - k - 1$, untuk mengetahui daerah F-tabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

3. Menghitung nilai Fhitung untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Dengan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{r^2/k}{(1 - r^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

r^2 = Koefisien korelasi ganda telah ditentukan

k = Banyaknya variabel Independent

n = Jumlah Responden

F = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel

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

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

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima (signifikan).
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka, H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak signifikan).

3.7.2. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji hipotesis parsial merupakan uji hipotesis puntuk mengetahui tingkat signifikan variabel independent terhadap variabel dependent secara masing-masing. Variabel independent pada penelitian ini adalah persepsi harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Hipotesis parsial dijelaskan dalam bentuk statistik yaitu

1. **$H_0 : \beta_1 = 0$** , Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel Persepsi Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
 $H_1 : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan variabel Persepsi Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
2. **$H_0 : \beta_2 = 0$** , Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
 $H_1 : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji-t dengan tingkat signifikansi 10% atau 0,1 dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

t_{hitung} = Statistik Uji Korelasi

r = Nilai koefisien korelasi parsial

r^2 = Kuadrat nilai koefisien korelasi parsial

n = Jumlah sampel

Selanjutnya hasil hipotesis thitung dibandingkan dengan ttabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan
 - a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Dengan menggunakan thitung dengan ttabel:
 - a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Signifikan).
 - b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Tidak Signifikan).

3.7.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X_1 (Persepsi Harga) dan X_2 (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, menggunakan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi simultan

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (persepsi harga) dan X_2 (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya yang dapat diketahui menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R² = Kuadrat dari korelasi ganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besaran pengaruh salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

β = Nilai standardized coefficients

Zero order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria – kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

3.8. Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Menurut Sugiyono (2018:200) menyatakan bahwa kuesioner berupa pernyataan tertutup serta terbuka. Rancangan kuesioner yang akan dibuat oleh peneliti adalah kuesioner tertutup. Dimana jawaban dibatasi atau telah ditetapkan oleh peneliti dan pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel yang diteliti oleh peneliti yaitu persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Rancangan kuesioner yang dibuat adalah

kuesioner tertutup dimana pernyataan dan jawaban telah ditentukan sebelumnya, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban pada kolom pernyataan yang sudah disediakan dan item pernyataan berdasarkan indikator variabel penelitian.

3.9. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian peneliti dilakukan kepada konsumen Sultan Agung Resto yang pernah mengunjungi lokasi tersebut yang terletak di Jalan Sultan Agung No. 23, Bandung.