

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian merupakan suatu teknik atau prosedur dalam mengumpulkan serta menganalisis data, metode penelitian yang digunakan ialah melalui pendekatan kuantitatif. Dengan metode survei. Pengertian survei yang dikemukakan Menurut Sugiyono (2020:30) menyatakan bahwa “survei merupakan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian, yang dilakukan pada populasi besar ataupun kecil, tetapi data yang dipelajari merupakan data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian alternatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”. Tujuan dari penelitian survei ialah untuk memberikan gambaran secara mendetail mengenai latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau suatu kejadian yang bersifat umum.

Sugiyono (2020:3) selanjutnya menjelaskan mengenai metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan jika metode penelitian adalah suatu cara ilmiah atau proses yang sesuai dengan prosedur penelitian untuk memecahkan permasalahan yang terjadi. Dengan teknik mencari, memperoleh, mengumpulkan, mencatat data baik data primer maupun data sekunder guna menyusun karya ilmiah.

Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Suharsimi dalam Fauzan (2020) menyebut penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki berbagai macam keadaan yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Sama halnya dengan Sugiyono (2020:11) yang menyebut 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. Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah nomor 1,2 dan 3 (seperti tertera pada halaman 26).

Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2020:53) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang terakhir, yakni seberapa besar pengaruh *people* dan *process* terhadap keputusan pembelian di Delapan Belas *Coffee and Beverages* secara simultan dan parsial.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Definisi variabel menurut Sugiyono (2020:38) merupakan suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sedangkan, operasionalisasi variabel adalah alat yang digunakan untuk melihat lebih jelas alat ukur yang sesuai dalam sebuah penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2020:58). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variabel*), dan variabel terikat (*dependent variabel*). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau memulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Pengertian variabel bebas (*independent*) dalam Sugiyono (2020:59) 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, 2020:59).

Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang digunakan yaitu variabel People (X_1), Promosi (X_2) dan Kepuasan Konsumen (Y). Variabel people dan process 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. People (X_1)

Kotler dan Armstrong (2022) mendefinisikan people sebagai berikut: “*People are all actors who play an important role in the presentation of services so that it can affect the perception of the buyer. Elements of the person is a company employee, consumer, and other knsumen. All the attitudes and actions of employees, employee dress code and appearance of the employees have an influence on the success of the delivery of services.*”

2. Process (X_2)

Mursid (2022) menyebutkan jika process memiliki dimensi kecepatan, kemudahan, ketelitian dan penyampaian terhadap keluhan.

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Kotler & Keller yang dialihbahasakan oleh Buchari Alma (2022) menebut jika kepuasan Konsumen memiliki dimensi Kinerja dan Harapan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator yang akan menjadi bahan penyusunan instrumen kuesioner. Tujuannya untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian.

Sesuai dengan judul penelitian yaitu pengaruh people dan process terhadap Kepuasan konsumen di Delapan Belas *Coffee and Beverages* , maka terdapat tiga variabel yang akan digunakan lalu dikembangkan menjadi indikator-indikator lalu dikembangkan lagi menjadi item-item pertanyaan atau pernyataan yang akan

digunakan dalam pembuatan kuesioner. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1. di bawah ini.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p>People (X1)</p> <p><i>People are all actors who play an important role in the presentation of services so that it can affect the perception of the buyer. Elements of the person is a company employee, consumer, and other knsumen. All the attitudes and actions of employees, employee dress code and appearance of the employees have an influence on the success of the delivery of</i></p> <p><i>(Kotler dan Armstrong,2016:62)</i></p>	Kompetensi	Kemampuan kerja karyawan yang efektif dan efisien.	Tingkat kemampuan kerja karyawan	Ordinal	1
		Perilaku karyawan dalam menjalankan tugas.	Tingkat perilaku karyawan	Ordinal	2
	Kesopanan	Karyawan selalu berbicara dengan sopan kepada konsumen.	Tingkat berbicara dengan sopan kepada konsumen	Ordinal	3
		Karyawan selalu menghargai konsumen.	Tingkat mmenghargai konsumen	Ordinal	4
	Komunikatif	Keefektifan karyawan dalam berkomunikasi dengan konsumen	Tingkat keefektifan dalam berkomunikasi	Ordinal	5
		Cara berbicara karyawan yang mudah dipahami oleh konsumen.	Tingkat berbicara yang mudah dipahami	Ordinal	6
	Kebersihan	Seragam yang digunakan oleh karyawan JNE rapi.	Tingkat kerapihan dalam berpakaian	Ordinal	7
		Kesadaran karyawan terhadap kebersihan saat mengirimkan paket	Tingkat kesadaran karyawan terhadap kebersihan	Ordinal	8
	Keramahan	Kemampuan dan keramahan para karyawan dalam	Tingkat keramahan dalam memberikan pelayanan	Ordinal	9

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item	
		memberikan pelayanan				
		Perhatian karyawan dalam menanggapi permintaan dan keluhan dari konsumen	Tingkat menghadapi permintaan dan keluhan dari konsumen	Ordinal	10	
Process (X2) proses kerja menyangkut kecepatan kerja, kemudahan, ketelitian dan penyampaian terhadap keluhan Mursid (2020)	Kecepatan Kerja	Waktu yang dibutuhkan karyawan dalam mencatat pesanan	Tingkat kecepatan kerja karyawan	Ordinal	11	
		Waktu yang dibutuhkan untuk memproses pesanan hingga disajikan	Tingkat kecepatan kerja karyawan	Ordinal	12	
	Kemudahan	Kemudahan proses pemesanan	Tingkat kemudahan pemesanan	Ordinal	13	
		kemudahan proses pembayaran	Tingkat kemudahan pembayaran	Ordinal	14	
	Ketelitian	Ketelitian karyawan dalam mencatat pesanan	Tingkat ketelitian karyawan	Ordinal	15	
		ketelitian karyawan dalam menyajikan pesanan	Tingkat ketelitian karyawan	Ordinal	16	
	Penyampaian Keluhan	Ketersediaan solusi terhadap berbagai keluhan	Tingkat kesiapan karyawan dalam memberikan solusi	Ordinal	17	
		Kepuasan konsumen terhadap solusi yang diberikan oleh karyawan	Tingkat kepuasan konsumen terhadap solusi yang ditawarkan oleh karyawan	Ordinal	18	
	Kepuasan Konsumen (Y)	Kinerja	Kepuasan terhadap konsumen	Tingkat kepuasan terhadap	Ordinal	19

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
mengungkapkan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dengan harapan. (Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Buchari Alma,2016:80)		dalam kinerja pengiriman barang	kinerja pengiriman		
		Kepuasan terhadap kinerja kualitas jasa	Tingkat kepuasan terhadap kinerja jasa	Ordinal	20
	Harapan	Terpenuhinya keinginan pelanggan	Tingkat terpenuhinya keinginan	Ordinal	21
		Kesesuaian harapan terhadap kualitas jasa	Tingkat kesesuaian harapan terhadap kualitas jasa	Ordinal	22

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

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 dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka akan diambil bagian, jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2020:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian Populasi penelitian dalam penyusunan skripsi adalah para pengunjung Delapan Belas *Coffee and Beverages* Bandung. Berdasarkan Tabel yang berisikan jumlah kunjungan di

Delapan Belas *Coffee and Beverages* selama tahun 2020 yang berada di halaman selanjutnya, terlihat bahwa jumlah penjualan Delapan Belas *Coffee and Beverages* selama periode Januari hingga Desember 2021 fluktuatif dan jumlah pengunjung terendah ada pada bulan Mei dan September karena bertepatan dengan bulan Ramadhan dan pengetatan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat sehingga pengunjung Delapan Belas *Coffee and Beverages* mengalami penurunan.

Dengan menilik tabel yang berada di halaman selanjutnya terlihat jika populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah rata-rata dari jumlah keseluruhan pengunjung selama periode bulan Januari – Desember 2021 yaitu sebanyak $7.405/12$ bulan = 617 orang. Jumlah dibagi 12 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari Delapan Belas *Coffee and Beverages* . Berikut tersedia data pengunjung dari bulan Januari - Desember 2021.

Tabel 3.2
Data Pembelian Delapan Belas *Coffee and Beverages* Januari-Desember
Tahun 2021

No.	Bulan	Jumlah Pembeli
1	Januari	837
2	Februari	862
3	Maret	834
4	April	627
5	Mei	600
6	Juni	602
7	Juli	612
8	Agustus	626
9	September	600
10	Oktober	608
11	November	657
12	Desember	778
Jumlah		7.405
Rata-Rata		617

Sumber : Data Internal Delapan Belas *Coffee and Beverages* 2021

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2020:81) 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 diambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili). Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=10\%$ adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditoleransi (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 687 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut yang peneliti sebagai berikut :

$$n = \frac{687}{1 + 687(0,1)^2} = 87,2 \approx 88$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian sebanyak 88 (dibulatkan) orang yang akan dijadikan ukuran sampel.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2020:142) menjelaskan bahwa “*non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Berikut dilampirkan tabel berisi karakteristik responden yang akan digunakan.

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

KARAKTERISTIK RESPONDEN		
Jenis Kelamin	<input type="radio"/>	Laki - Laki
	<input type="radio"/>	Perempuan
Usia	<input type="radio"/>	< 18 Tahun
	<input type="radio"/>	18 – 25 Tahun
	<input type="radio"/>	25 – 35 Tahun
	<input type="radio"/>	> 35 Tahun
Pekerjaan	<input type="radio"/>	Pelajar
	<input type="radio"/>	Mahasiswa
	<input type="radio"/>	PNS
	<input type="radio"/>	Pegawai Swasta
	<input type="radio"/>	Wiraswasta
Penghasilan Per-bulan	<input type="radio"/>	Lainnya
	<input type="radio"/>	< Rp1.000.000,-
	<input type="radio"/>	Rp1.000.000 – Rp2.500.000
	<input type="radio"/>	Rp2.600.000 – Rp3.500.000
Frekuensi Berkunjung ke Delapan Belas <i>Coffee and Beverages</i> (dalam 1 bulan)	<input type="radio"/>	>Rp3.500.000
	<input type="radio"/>	< 3 Kali
	<input type="radio"/>	> 3 Kali

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

Data karakteristik di atas adalah batasan karakteristik orang yang akan menjadi sampel. Seperti yang disebutkan jika teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling*. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, sampling *purposive*, sampling jenuh dan *snowball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang dipilih yaitu jenis sampling insidental. Menurut Sugiyono (2020:144) sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan bertemu dengan peneliti dirasa itu cocok digunakan 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 (2020:137) 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 di 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 Delapan Belas *Coffee and Beverages* Bandung. Menurut Sugiyono (2020:203) 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 Delapan Belas *Coffee and Beverages* . Menurut Sugiyono (2020:194) 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 Delapan Belas *Coffee and Beverages* . Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2020:199) 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.

d. Penelitian kepustakaan (*library reaearch*)

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

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan 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. Sugiyono (2020:384) menyatakan bahwa validitas adalah 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.

Untuk mencari nilai korelasi, metode yang digunakan untuk menguji validitas dengan metode korelasi *pearson product moment* dengan rumus sebagai berikut :

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

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 dari hasil kali 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 hitung $\geq r$ tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $\leq r$ hitung, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Sugiono (2020:2015) 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. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and 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 konsistensi dimana sebuah pertanyaan dapat dilayangkan lebih dari satu kali. Sugiyono (2020:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *split-half* yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*.

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

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

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi produk moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

$\Sigma A2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\Sigma B2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *spearman brown* sebagai berikut.

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

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

r_b = Korelasi *pearson product moment* antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,3

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), kemudian nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut:

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

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,3 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel

3.5.3 *Method Of Succesive Internal (MSI)*

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Succesive Internal*).

Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi *pearson*, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value (SV)* untuk masing-masing responden dengan rumusan berikut

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

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

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi, yaitu menggunakan *SPSS for windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, piktogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi

(Sugiyono. 2020:148). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

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

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang tujuan untuk menggambarkan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel X_1 (People), variabel X_2 (Process) dan variabel Y (Kepuasan Konsumen) produk pada *Delapan Belas Coffee and Beverages* Kota Bandung. Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif menurut Sugiyono (2020:93) adalah 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), kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat setuju memiliki nilai 1 (satu).

Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif menurut Sugiyono (2020:93) adalah seperti di di bawah ini:

Tabel 3.4
Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2020:160)

Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen dan independen di atas 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 dijumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya digambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Untuk menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}}$$

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

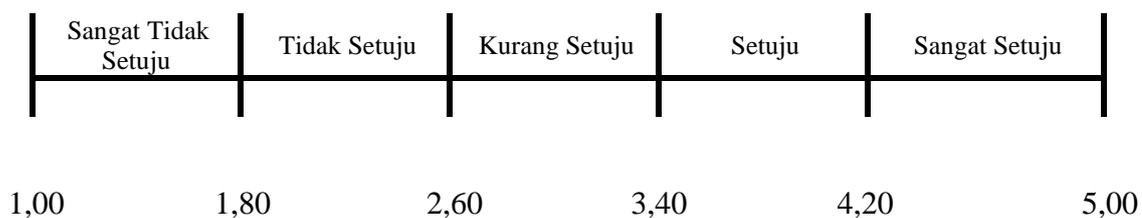
Nilai terendah = 1

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

Maka dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut:

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 - 1,80 : Sangat Tidak Baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 - 2,60 : Tidak Baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 - 3,40 : Kurang Baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat Baik

Berikut ini adalah garis kontinum yang menggambarkan ke lima jenjang interval di atas.



Sumber : Sugiyono, 2020

Gambar 3.1 Garis Kontinum

3.6.2. Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2020:55) analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji suatu kebenaran pada sebuah hipotesis. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *people* (X_1) dan *process* (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode yang akan dibahas pada sub bab berikutnya.

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *people* (X_1), *process* (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sugiyono (2020:210) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan positif atau negatif antara variabel independen dan variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

a = Bilangan konstanta

b = Koefisien regresi, besarnya perubahan variabel terikat akibat perubahan tiap unit variabel bebas

X_1 = Variabel bebas (People)

X_2 = Variabel bebas (Process)

E = Tingkat kesalahan (*standard error*)

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel people (X_1) dan process (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah Koefisien Korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi. Adapun rumus korelasi berganda sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\sum Y^2}$$

Dimana:

r^2 = Koefisien korelasi berganda

$JK_{(reg)}$ = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = 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 (Process) dan variabel Y (Kepuasan Konsumen).

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

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

Tabel 3.5
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2020:184)

3.6.2.3 Analisis Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X_1 (Process) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Langkah perhitungan yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (Process) dan X_2 (Kepuasan Konsumen) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Dimana:

K_d = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi *product moment*

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

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

$$K_d = \beta \times \text{Zero order}$$

Keterangan :

K_d = Koefisien Determinasi

β = Nilai *standardized coefficients*

Zero Order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan semen tara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh people (X_1), process (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), secara

simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu *people* dan *process* sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Konsumen dengan objek penelitiannya yaitu *Delapan Belas Coffee and Beverages*. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Membuat Formulasi Uji Hipotesis

1. $H_0 : \beta_1 ; \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *people* dan *process* terhadap Kepuasan Konsumen pada *Delapan Belas Coffee and Beverages*.
2. $H_1 : \beta_1 ; \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh *people* dan *process* terhadap Kepuasan Konsumen pada *Delapan Belas Coffee and Beverages*.

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 di bawah ini :

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

Dimana:

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

N = Jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

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

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

1. 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)

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis parsial digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut:

- a. Membuat formulasi uji hipotesis
 1. $H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh *people* terhadap Kepuasan Konsumen
 2. $H_1 : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh *people* terhadap Kepuasan Konsumen

b. Pengaruh process terhadap Kepuasan Konsumen

1. $H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh process melalui sosial media *Instagram* terhadap Kepuasan Konsumen
2. $H_1 : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh process melalui sosial media *Instagram* penjualan terhadap Kepuasan Konsumen

c. Menentukan tingkat signifikansi

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

d. Menghitung uji T-test

Pengujian regresi secara parsial dimaksud apakah variabel bebas berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel tersebut:

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-2}}{1-r_p}$$

Dimana:

t hitung = Statistik Uji Korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi :

- a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.

- b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
2. Dengan membandingkan t hitung dengan t tabel:
 - a. Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
 - b. Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam item atau pertanyaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner itu berisi pernyataan mengenai variabel *People* dan *Proses* terhadap Kepuasan Konsumen sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Responden memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *likert*.

3.7.1 Rencana Penyebaran Kuesioner

Kuesioner yang telah dirancang akan disebarakan melalui *link* atau *barcode* Google Formulir kepada 88 pengunjung Delapan Belas *Coffee and Beverages* yang dipilih secara acak selama penelitian berlangsung.

3.8 People dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada konsumen yang datang langsung ke Delapan Belas *Coffee and Beverages* yang berlokasi di Jl. Jaksa Naranata No.69-8, Baleendah, Kec. Baleendah, Kabupaten Bandung. Adapun waktu untuk menyelesaikan penelitian ini terhitung mulai dari Agustus 2024 hingga rampung