BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Seorang peneliti perlu menentukan terlebih dahulu metode penelitiannya akan digunakan, pengumpulan data dilakukan dalam penulisan yang dilakukan di penelitian ini berupa informasi yang berkaitan dengan masalah yang ingin diteliti. Metode penelitian, menurut Sugiyono (2021:2) *"*Penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan masalah yang diteliti dengan cara yang sesuai dengan prosedur penelitian." Metode penelitian yang digunakan adalah melalui pendekatan kuantitatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan terhadap konsumen Warduy Cikampek (Warung Kopi Bang Iduy) menggunakan metode survei. Dimana penelitinya melakukannya untuk mendapatkan data yang sesuai untuk menyelesaikan masalah, pengumpulan data dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (2021:57) "Survei adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian yang dilakukan terhadap populasi besar atau kecil, namun data yang diteliti adalah dari data sampel yang diambil dari populasi, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis dan psikologis." Tujuan dari penelitian survei adalah memberikan gambaran rinci tentang latar belakang, ciri-ciri, serta karakteristik khas suatu kasus atau peristiwa yang bersifat tertentu umum.

Data penelitian yang diperoleh kemudian dianalisis secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:16) "Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berdasarkan filosofi sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Deskriptif* dan *Verifikasi*. Penelitian *Deskriptif* merupakan penelitian yang diambil dari analisis data dan sampel yang bertujuan untuk menjelaskan karakteristik sampel dimana hasilnya memiliki arti. Menurut Sugiyono (2021:64) "Metode deskriptif adalah rumusan masalah yang berkaitan dengan pertanyaan mengenai nilai variabel nmandiri, baik satu atau lebih tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan dengan variabel lainnya." Penelitian *Deskriptif* dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen mengenai Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Warduy Cikampek (Warung Kopi Bang Iduy).

Sedangkan Penelitian *Verifikatif* adalah penelitian itu bertujuan untuk menguji teori, dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yaitu status suatu hipotesis berupa suatu kesimpulan, apakah suatu hipotesis akan menjadi diterima atau ditolak. menurut Sugiyono (2021:17) "Suatu rumusan masalah penelitian yang menanyakan tentang hubungan dua variabel atau lebih." Metode *Verifikatif ini* digunakan untuk menjawab atau menguji rumusan masalah adalah mencari tahu seberapa besar pengaruh variabel

bebas (*Independen*) terhadap variabel terikat (*Dependen*) yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warduy Cikampek (Warung Kopi Bang Iduy) baik secara langsung maupun tidak langsung.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian, permasalahannya menyangkut variabel Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian. Jadi di bagian ini penulis akan menjelaskan definisi dan pengukuran yang digunakan untuk masing-masing variabel baik variabel independen maupun variabel dependen. Dalam penelitian ini, aspek-aspek penelitian ini meliputi Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Setiap variabel kemudian didefinisikan dan dibuat operasionalisasi variabel berdasarkan dimensi, indikator, ukuran dan skala penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2019:68) "Suatu atribut atau sifat atau nilai seseorang, dalam suatu objek kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*Independen*) dan variabel terikat (*Dependen*). Berikut penjelasnnya :

1. Variabel Bebas atau Independen (X1, X2)

Menurut Sugiyono (2019:69) “Variabel bebas sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antesenden. Variabel bebas (*Independen*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel keterikatan (*Dependen*).” Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2).

a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen antara lain untuk memenuhi kepuasan konsumen daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan penggunaan, dan atribut lainnya yang bebas dari cacat dan kerusakan. Garvin dalam Laksana (2019), Kotler dan Armstrong (2018:253) dan Martinich dalam Yamit (2017:11).

b. Harga (X2)

Harga adalah jumlah yang harus dikeluarkan konsumen untuk suatu barang atau jasa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Harga merupakan faktor penting dalam perusahaan, sehingga perusahaan harus dapat memaksimalkan harga agar dapat menghasilkan pendapatan bagi keberlangsungan perusahaan. Fandy Tjiptono (2019:210), Kotler dan Armstrong (2018:44) dan Mursid dalam T Sofyan (2018:131)

2. Variabel Terikat atau Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2019:39), “Variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat menjadi

suatu hubungan tidak langsung yang tidak dapat diamati dan diukur.” Dalam penelitian ini variabel perantara yang digunakan adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

a. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan merupakan respon konsumen terhadap layanan atau kinerja yang diterima, kemudian konsumen membandingkan kinerja tersebut dengan harapan yang diinginkan. Apabila kinerja yang diterima melebihi harapan, maka konsumen merasa puas, begitu pula sebaliknya apabila kinerja yang diterima tidak memenuhi atau sesuai harapan, maka dapat dikatakan konsumen tidak puas terhadap kinerja yang diterima. Menurut Kotler dan Keller (2018:153), Tjiptono (2019:92), Doni Juni Priansa (2017:210).

Setelah peneliti menjelaskan definisi masing-masing variabel penelitian maka pada sub bab berikutnya akan diuraikan mengenai operasionalisasi penggunaan variabel memperjelas variabel-variabel dalam penelitian ini.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menjelaskan variabel yang diteliti, konsep, indikator, dan skala pengukuran yang akan dipahami operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk mempermudah memahami dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Dalam penelitian Variabel yang diteliti diatas terdapat 3 yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk melakukan pengolahan data diperlukan unsur unsur lain berkaitan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala dimana variabel

penelitian akan diukur pada skala interval. Operasionalisasi variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 1

Operasinalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No.
Kualitas Produk (X1) Kualitas produk adalah sebuah penilaian konsumen menuju keunggulan atau keistimewaan bila produk dapat memenuhi harapan konsumen. Kotler & Keller (2021:211)	Kesegaran (*Freshness*)	Makanan & Minuman yang Disajikan Warduy Terasa Fresh	Tingkat Kesegaran Makanan & Minuman yang Disajikan	Ordinal	1.
		Makanan & Minuman yang Disajikan Warduy Memiliki Kualitas Produk Tersendiri	Tingkat Makanan & Minuman Kualitas Produk yang Disajikan	Ordinal	2.
	Presentasi (*Presentation*)	Makanan & Minuman yang Disajikan Warduy Sesuai Dengan Gambar Dalam Penyajian	Tingkat Makanan & Minuman Sesuai Dengan Gambar Dalam Penyajian	Ordinal	3.
		Makanan & Minuman yang Disajikan Warduy Memiliki Daya	Tingkat Makanan & Minuman Memiliki Daya Tarik	Ordinal	4.

		Tarik Dalam Penyajian	Dalam Penyajian		
	Rasa (*Taste*)	Makanan & Minuman yang Disajikan Warduy Memiliki Cita Rasa Tersendiri yang Menjadi Daya Tarik	Tingkat Makanan & Minuman Memiliki Cita Rasa Tersendiri	Ordinal	5.
		Makanan & Minuman yang Disajikan Warduy Memiliki Aroma Tersendiri yang Menjadi Daya Tarik	Tingkat Makanan & Minuman Memiliki Aroma Tersendiri	Ordinal	6.
	Makanan Inovatif (*Innovative Food*)	Makanan & Minuman Warduy Memiliki Produk Ciri Khas	Tingkat Makanan & Minuman Memiliki Produk Ciri Khas	Ordinal	7.
		Makanan & Minuman Warduy Memiliki Berbagai Variasi	Tingkat Makanan & Minuman Memiliki Berbagai Variasi	Ordinal	8.
Harga (X)	Keterjangkauan Harga	Harga yang Ditawarkan Warduy Terjangkau	Tingkat Harga yang Ditawarkan Terjangkau	Ordinal	9.

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukar dengan memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Kotler & Keller (2020:254)		Kemampuan Dalam Membeli Makanan & Minuman di Warduy	Tingkat Kemampuan Dalam Membeli	Ordinal	10.
	Kesesuian Harga Dengan Kualitas Produk	Harga yang Ditawarkan Dengan Pelayanan yang Diberikan	Tingkat Harga yang Ditawarkan Dengan Pelayanan	Ordinal	11.
		Kesesuaian Harga Dengan Hasil yang Diinginkan Pelanggan	Tingkat Kesesuaian Harga Dengan Hasil	Ordinal	12.
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	Harga Dengan Manfaat yang Dirasakan	Tingkat Harga Dengan Manfaat	Ordinal	13.
		Harga yang Ditawarkan Memiliki Kesesuaian Dengan Kebutuhan	Tingkat Harga Sesuaia Dengan Kebutuhan	Ordinal	14.
	Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga	Harga Paket Makanan & Minuman yang Ditawarkan	Tingkat Harga Paket yang Ditawarkan	Ordinal	15.
		Harga Terjangkau Dibandingkan Pesaing	Tingkat Harga Terjangkau Dibandingkan Pesaing	Ordinal	16.

Kepuasan Pelanggan (Y) Kepuasankonsumen merupakan respon konsumen terhadap layanan atau kinerja yang diterima, kemudiankonsumen membandingkan kinerja tersebut dengan harapan yang diinginkan. Apabila kinerja yang diterima melebihi harapan, maka konsumen merasa puas, begitu pula sebaliknya apabila kinerja yang diterima tidak memenuhi atau sesuai harapan, maka dapat dikatakan konsumen tidak puas terhadap kinerja yang diterima. Kotler & Keller (2021:130)	Kinerja (*Performance*)	Kepuasan Terhadap Produk yang Diberikan	Tingkat Kepuasan Produk yang Diberikan	Ordinal	17.
		Kepuasan Terhadap Harga yang Diberikan	Tingkat Kepuasan Harga yang Diberikan	Ordinal	18.
	Harapan (*Expectation*)	Kepuasan Terhadap Produk Sesuai Dengan Harapan	Tingkat Kepuasan Produk Dengan Harapan	Ordinal	19.
		Kepuasan Terhadap Harga Sesuai Dengan Harapan	Tingkat Kepuasan Harga Dengan Harapan	Ordinal	20.

Sumber : Data Diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 3.1 diatas dapat dilihat dimensi dan indikator dalam operasionalisasi variabel yang akan menjadi pernyataan dalam bentuk kuesioner penelitian yang akan dibagikan kepada konsumen Warduy Cikampek (Warung Kopi Bang Iduy) dan akan dibahas oleh peneliti dalam penelitian ini.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dan sampel sangat diperlukan dalam penelitian ini, karena penelitian memerlukan subjek atau objek penelitian agar data yang diperlukan dapat diperoleh dengan baik dan permasalahan dapat diselesaikan. Selain itu, dengan adanya populasi dan sampel akan memudahkan peneliti dalam mengelola data. Populasi dalam penelitian ini berperan sebagai objek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti.

3.3.1 Populasi

Populasi dalam konteks penelitian adalah objek secara keseluruhan suatu penelitian atau dapat dikatakan populasi adalah jumlah seluruhnya individu yang karakternya akan dipelajari. Populasi dapat berupa manusia, benda, perusahaan, dan lembaga yang ciri-cirinya dapat dihitung.

Penduduk menurut Sugiyono (2018:126) *"*Merupakan suatu wilayah yang digeneralisasikan terdiri atas benda-benda atau subyek-subyek yang mempunyai kualitas dan ciri-ciri tertentu diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian

menarik kesimpulan.” Fokus penelitian ini terletak pada Warduy Cikampek dimana populasinya berada Penelitian ini adalah pembeli dari Warduy Cikampek.

Tabel 3. 2

Jumlah Konsumen Warduy Cikampek Tahun 2023-2024

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1.	Juli	1.074
2.	Agustus	884
3.	September	910
4.	Oktober	1.124
5.	November	890
6.	Desember	1.250
7.	Januari	1.177
8.	Februari	957
9.	Maret	1.134
10.	April	1.174
11.	Mei	927
12.	Juni	994
Total		12.495
Rata-Rata		1.041

Sumber : Data Diolah Peneliti

Berdasarkan Tabel 3.2 diatas diketahui bahwa selama periode setahun tersebut Warduy Cikampek berjumlah 12.495 konsumen yang berkunjung. Jumlah tersebut kemudian dibagi 12 bulan untuk mendapatkan nilai rata-rata konsumen yang berkunjung pertahunnya, berikut perhitungannya :

Rata-rata pengunjung Warduy Cikampek = $\frac{12.495}{12} = 1.041{,}25$

Jadi diketahui dengan hasil angka 1.041,25 maka dibulatkan menjadi 1.041 orang kunjungan konsumen dalam periode 12 bulan populasi dalam penelitian tersebut.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan salah satu unsur populasi yang akan digunakan sebuah objek penelitian. Jika penelitiannya menggunakan sampel, maka hal itu dimungkinkan yang diperoleh adalah ciri-ciri sampel yang diharapkan dapat memperkirakan ciri ciri populasi. Menurut Sugiyono (2021:127) "Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Sampel dilakukan karena penelitian terbatas dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel benar-benar representatif (dapat mewakili)." Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilau e=10% sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

$(e)^2$ = Tingkat kesalahan sampel (*Sampling Eror*) sebesar 10% (0,1)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 1.041 orang dengan kemungkinan kesalahan toleransi 10% (0,10) atau bisa disebut tingkat akurasi 90%, sehingga sampel yang dapat diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{1.041}{1+1.041(0,1)^2} = 91,23 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Bedasarkan perhitungan diatas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian sebanyak 91,23 orang atau dapat dibulatkan menjadi 100 orang untuk memudahkan perhitungan dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling pengambilan sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pengambilan sampel aktif pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu probabilitas sampling dan pengambilan sampel non-probabilitas. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling. Teknik non-probability sampling ini menurut Sugiyono (2019:136) “Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang

atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel."

Tujuan peneliti adalah menggunakan non-probability sampling karena peneliti memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dan jumlah populasi yang tersedia. Jenis-jenis teknik pengambilan sampel non-probabilitas adalah: pengambilan sampel sistematis, pengambilan sampel kuota, pengambilan sampel insidental, pengambilan sampel purposif, pengambilan sampel jenuh dan sampel bola salju. Teknik pengambilan sampel non-probabilitas Jenis yang dipilih dalam penelitian ini adalah sampling insidental. Menurut Sugiyono (2019:138) "Insidental sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti secara insidental (kebetulan) dapat dijadikan sampel, jika dilihat oleh orang yang kebetulan bertemu dengannya cocok sebagai sumber data." Selanjutnya peneliti akan menjelaskan ciri-cirinya sampel data responden dari teknik sampling insidental dalam penelitian ini.

Tabel 3. 3

Karakteristik Responden

No.	Karaktersitik Responden	Keterangan
1,	Jenis Kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2.	Usia	1. < 15 tahun 2. 15-20 tahun 3. 20-25 tahun

		4. 25-30 tahun 5. > 30 tahun
3.	Pekerjaan	1. Pelajar 2. Mahasiswa 3. Pegawai Swasta/Pabrik 4. Wirausahawan 5. PNS
4.	Pendapatan	1. < Rp. 1.000.000 / bulan 2. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000 / bulan 3. Rp. 2.600.000 – Rp. 3.500.000 / bulan 4. > Rp. 3.600.000 / bulan
5.	Frekuensi Pembelian	1. 1 kali dalam sebulan 2. 2-4 kali dalam sebulan 3. >5 kali dalam sebulan

Sumber : Data Diolah Peneliti

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diteliti dan metode yang digunakan untuk melakukannya memperoleh data beserta informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2019:213) “Dilihat dari sumbernya, datanya terbagi-bagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari perusahaan melalui survei dengan melakukan kuisioner, wawancara dan

observasi. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui buku, jurnal dan internet yang dapat dijadikan data penelitian." Berikut jenis pengumpulan data yang akan peneliti gunakan dalam penelitiannya.

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Teknik penelitian lapangan adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian konsumen data kopi bandung. Dengan tujuan memperoleh informasi dan data yang lebih akurat dengan menyebarkan kuesioner, wawancara dan observasi dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019:199) "Suatu teknik pengumpulan data dengan cara membuat pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan satu per satu kepada responden. Kuesioner akan disebarkan kepada konsumen Warduy Cikampek." Dengan tujuan memperoleh informasi mengenai tanggapan yang berkaitan dengan penelitian.

b. Wawancara.

Menurut Sugiyono (2019:194) "Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk tanya jawab dengan pimpinan atau pihak yang berwenang atau bagian lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti." Tujuan dilakukannya wawancara adalah untuk memperoleh data atau informasi mengenai

Warduy Cikampek, selain itu juga untuk mengetahui permasalahan yang sedang dihadapi.

c. Observasi

Menurut Sugiyono (2019:203) "Observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan fenomena alam, serta responden." Peneliti melakukan observasi secara langsung di Warduy Cikampek.

2. Penelitian Perpustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data dan informasi dalam penelitian ini dilakukan dengan membaca, memahami dan mempelajari literatur atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Berikut literatur atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

a. Jurnal Penelitian

Jurnal penelitian merupakan sumber untuk memperoleh data sekunder dengan cara mengulas hasil penelitian yang membahas permasalahan yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Buku

Buku ini merupakan rujukan teori-teori yang dijadikan sebagai sumber bahan acuan yang menjadi dasar penelitian yang handal dan sebagai bahan perbandingan dengan kenyataan di lapangan.

c. Internet

Internet merupakan media pencarian data atau informasi terkait permasalahan yang diangkat yang dipublikasikan di internet, baik dalam bentuk jurnal, buku, makalah maupun karya tulis.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden dan analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah hasilnya pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner.

Menurut Menurut Sugiyono (2019:147) "Analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan." Pengumpulan data dilakukan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen dan menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono (2019:146) "Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Dalam skala likert, variabel-variabel yang ingin diukur diuraikan menjadi indikator-

indikator variabel." Dengan menggunakan skala likert, setiap jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari positif hingga sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada setiap alternatif jawaban pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 3. 4

Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
KS (Kurang Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : Sugiyono (2019:94)

3.5.1 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti untuk memperoleh data pendukung dalam melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2021:156) "Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian bergantung pada banyaknya variabel yang akan diteliti." Jumlah Instrumen yang akan digunakan untuk penelitian bergantung pada banyaknya variabel yang akan diteliti. Validitas suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukurnya digunakan, untuk menguji validitasnya diperlukan dua jenis pengujian yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

Uji instrumen dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas berguna untuk membatasi atau menekan kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan bermanfaat. Sedangkan uji reliabilitas berguna untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran antara satu responden dengan responden yang lain, atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menimbulkan perbedaan penafsiran dalam pemahaman. pernyataan ini.

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya dapat atau tidaknya setiap item instrumen ditentukan dengan cara berkorelasi antara skor masing-masing item dan skor total. Menurut Sugiyono (2021:175) "Pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur keakuratan antara data yang dikumpulkan dan data sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti." Peneliti mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi Pearson Product Moment dengan rumus sesuai Sugiyono (2021:246) :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

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

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

$\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

r = Koefisien validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

n = Jumlah responden dalam uji instrument

Dasar pengambilan keputusan :

a. Jika r hitung > r tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan dengan skor total atau dinyatakan valid.
b. Jika r hitung < r tabel, maka instrumen atau item pernyataan tidak korelasi signifikan dengan skor total atau dinyatakan tidak valid.

Menurut Sugiyono (2019:204) "Syarat minimal untuk dianggap valid suatu item instrumen adalah nilai indeks validitasnya positif dan bernilai 0,3 atau lebih. Oleh karena itu, semua pernyataan yang mempunyai tingkat korelasi dibawah 0,3 harus dikoreksi karena dianggap tidak valid." Uji validitas menilai valid atau tidaknya masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas pada dasarnya digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan apabila hasil pengukuran yang dilakukan relatif sama

maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat keandalan yang baik. Reliabilitas data yang dilakukan yaitu metode *Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian, hal ini sudah tepat dengan tujuan peneliti yang bermaksud menguji konsistensi item-item yang ada di dalamnya instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2021:177) "Bahwa reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk uji validitas." Selanjutnya dilanjutkan dengan pengujian rumus Spearman berwarna coklat, cara kerjanya adalah sebagai berikut :

1. Item dibagi menjadi dua secara acak, kemudian dikelompokkan menjadi kelompok ganjil dan bahkan.
2. Skor masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga diperoleh skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap menggunakan rumus sebagai mengikuti :

$$r_{ab} = \frac{n\sum ab - \sum a \sum b}{\sqrt{[n\sum a^2 - (\sum a)^2][n\sum b^2 - (\sum b)^2]}}$$

Keterangan:

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

$\sum a^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum b^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

$\sum a$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum b$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

r_{ab} = Koefisien validitas item yang dicari

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

$$r_1 = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

r_b = Korelasi *Pearson Product Moment* antara belahan pertama (ganjil) dan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah mendapat nilai reliabilitas (r hitung) selanjutnya nilainya dibandingkan dengan r tabel yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata
dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika r hitung ≥ r tabel, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel
b. Jika r hitung ≤ r tabel, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel

Dalam hal ini keandalan suatu alat ukur dilihat dari penggunaannya pendekatan statistik yaitu melalui koefisien reliabilitas yang dapat terlihat apabila koefisien reliabilitas instrumen penelitian lebih besar dari 0,700 maka secara keseluruhan dikatakan reliabel atau dengan kata lain disebut konsisten.

3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan tentang karakteristik dan variabel penelitian. Dalam penelitian, peneliti menggunakan analisis deskriptif variabel independen. Analisis deskriptif untuk menganalisis data diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan sejauh mana tanggapan pelanggan terhadap variabel bebas (*Independen*) Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan variabel terikat (*Dependen*) Kepuasan Pelanggan (Y).

Menurut Sugiyono (2019:147) "Analisis deskriptif adalah menganalisis data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk masyarakat umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel bebas, baik satu variabel atau lebih tanpa melakukan perbandingan atau menghubungkannya dengan variabel lain." Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis deskriptif atas variable independent dan variable dependen yang selanjutnya akan diklasifikasikan terhadap jumlah skor responden. Salah satu cara untuk menggambarkan data masing-masing variable penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan skor variable termasuk dalam kategori sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Adapun cara untuk mendapatkan perhitungannya yaitu sebagai berikut :

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

Setelah diketahui rata-rata skornya, maka hasilnya dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden didasarkan pada nilai rata-rata skor, kemudian akan dikategorikan ke dalam rentang skor sebagai berikut :

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

Keterangan :

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

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

Dari hasil tersebut, maka dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut :

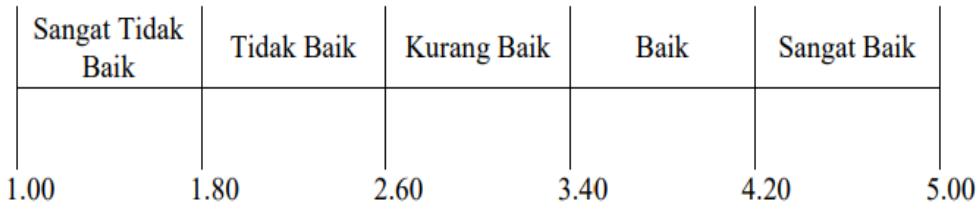
Tabel 3. 5

Kategori Skala

No.	Skala	Kategori
1.	1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik / Sangat Tidak Puas / Sangat Rendah
2.	1,81 – 2,60	Tidak Baik / Tidak Puas / Rendah
3.	2,61 – 3,40	Kurang Baik / Cukup / Sedang
4.	3,41 – 4,20	Baik / Puas / Tinggi
5.	4,21 – 5,00	Sangat Baik / Sangat Puas / Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2019:134)

Setelah nilai rata-rata jawaban diketahui, maka hasilnya diinterpretasikan menggunakan alat garis kontinum sebagai berikut :



Gambar 3. 1 Garis Kontium

3.5.3 Analisis Verifikatif

Analisis verifikasi merupakan penelitian yang menguji teori. Dalam penelitian ini akan terjadi berupaya menguji teori dan penelitian akan berusaha menghasilkan informasi Ilmu baru adalah status hipotesis yang berupa kesimpulan tentang suatu hipotesis diterima atau ditolak. menurut (Sugiyono, 2019:50) "Analisis verifikatif dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y)." Untuk mengetahui pengaruh tersebut, peneliti menggunakan beberapa metode seperti *Metode Successive Interval* (MSI), analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi. karena variabel bebas (*Independen*) tidak langsung mempengaruhi variabel terikat (*Dependen*).

3.5.3.1 Method Of Succesive Interval (MSI)

Dalam penelitian ini digunakan metode interval berturut-turut, yaitu proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Jika setelah menyebarkan kuesioner berbentuk ordinal, peneliti harus mengubah datanya menjadi skala interval. Oleh karena itu peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam mengolah data. Sebelum data dianalisis menggunakan metode ini, data dengan ukuran ordinal perlu

diubah menjadi interval dengan menggunakan teknik *Method of Success Interval* (MSI). Berikut langkah-langkah mengubah skala ordinal menjadi skala interval :

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1 – 5 untuk setiap item 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 ditentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (scale value) untuk masing-masing responden dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{SV} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower}}$$

Keterangan:

SV (Scala Value) = rata-rata interval

Density at lower limit = kepadatan batas bawah

Density at upper limit = kepadatan batas atas

Area under upper limit = daerah di bawah batas atas

Area under lower limit = daerah di bawah batas bawah

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

$$y = sv + (k)$$

$$k = 1(SV_{min})$$

Pengolahan data yang dilakukan peneliti menggunakan media komputerisasi, dengan menggunakan program *SPSS for Windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.5.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahuinya berapa besarnya pengaruh secara simultan terhadap variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Menurut Sugiyono (2021:213) "Analisis regresi linier berganda adalah alat analisis yang digunakan untuk memprediksi perubahan nilai suatu variabel tertentu ketika variabel lain berubah." Persamaan regresi linier berganda menggunakan rumus sebagai mengikuti :

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)

a = Bilangan Konstanta

e = Tingkat Kesalahan (Standar Eror)

b_1 = Koefisien Regresi (Kualitas Produk)

b_2 = Koefisien Regresi (Harga)

x_1 = Variabel Bebas (Kualitas Produk)

x_2 = Variabel Bebas (Harga)

3.5.3.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda berhubungan antara variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Menurut Sugiyono (2021:213) "Analisis korelasi berganda adalah analisis untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel bebas (*Independen*) atau lebih bersama-sama dengan satu variabel terikat (*Dependen*)." Kedekatan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah koefisien korelasi baik besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang disebut koefisien korelasi dengan rumus yang dapat dilihat pada berikut ini :

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

Keterangan :

R = 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 :

1. Apabila r = 1, artinya terdapat hubungan antara variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Apabila r = -1, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif.
3. Apabila r = 0, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 6

Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2021:248)

3.5.3.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X1 dan X2 terhadap variabel Y. Langkah-langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan adalah analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial.

1. Analisis simultan koefisien determinasi

Analisis koefisien determinasi simultan (*R-square*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persentase X1 (Kualitas Produk) dan X2 (Harga) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisiennya korelasinya adalah sebagai berikut :

$$\text{Kd} = \text{R}^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi Product Moment

100% = Pengalian Yang Menyatakan Dalam Presentase

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Adapun koefisien determinasi parsial merupakan koefisien untuk menentukan besarnya kontribusi yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas (*Independen*) terhadap variabel terikat (*Dependen*) secara bebas (*Independen*), berikut rumus koefisien determinasi parsialnya :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

β = Nilai Standardized Coefficiens

Zero Order = Korelasi Variabel Bebas (*Independen*) Terhadap Variabel Terikat (*Dependen*)

100% = Pengalian Yang Menyatakan Dalam Presentase

Kriteria analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Jika Kd = 0, maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah.
2. Jika Kd = 1, maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah penelitian masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), secara simultan dan parsial. Pengujian hipotesis untuk korelasi bisa dirumuskan dengan hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (H1).

3.5.4.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (*Independen*) yang termasuk dalam model mempunyai pengaruh bersama terhadap variabel terikat (*Dependen*). Untuk menguji kedua hipotesis tersebut digunakan uji statistik F. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan *output SPSS*, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 artinya

kemungkinan kebenaran kesimpulan yang diambil mempunyai probabilitas sebesar 95% atau toleransi kesalahan 5% ditentukan :

H1 : b1, b2 ≠ 0, artinya terdapat pengaruh secara simultan terhadap Kualitas Produk (X1), Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada konsumen Warduy Cikampek (Warung Kopi Bang Iduy)

H0 : b1, b2 = 0, artinya secara simultan tidak ada pengaruh terhadap Kualitas Produk (X1), Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada konsumen Warduy Cikampek (Warung Kopi Bang Iduy)

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima, rumus pengujian hipotesis dapat dilihat pada rumus berikut :

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

Keterangan :

F_{hitung} = F hitung Yang Selanjutnya Dibandingkan dengan F tabel

R^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah Variabel Bebas (*Independen*)

n = Jumlah Sampel

$(n - K - 1)$ = Derajat Kebebasan

Berdasarkan perhitungan di atas maka akan diperoleh distribusi F dengan Pembilang (K) dan Penyebut (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut :

a. Jika Fhitung > Ftabel : maka H0 ditolak dan H1 diterima, berarti ada pengaruh Kualitas Produk dan Harga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.
b. Jika Fhitung < Ftabel maka H0 diterima dan H1 ditolak berarti tidak ada pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

3.5.4.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*Independen*) secara parsial pada variabel terikat (*Dependen*). Apakah hubungan ini saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial yang diajukan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
   a. H0 : b1 = 0, tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warduy Cikampek.
   b. H1 : b1 ≠ 0 maka terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warduy Cikampek.
2. Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
   a. H0 : b2 = 0, tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warduy Cikampek.
   b. H1 : b2 ≠ 0 maka terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warduy Cikampek.

Untuk menghitung pengaruh parsial digunakan uji T dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

T_{hitung} = Kuadrat Koefisien Korelasi Ganda

n = Jumlah Sampel

r^2 = F hitung Yang Selanjutnya Dibandingkan dengan F tabel

Selanjutnya hasil hipotesis Thitung dibandingkan dengan tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika thitung > tabel maka H0 ditolak dan H1 diterima.
2. Jika thitung < tabel maka H0 diterima dan H1 ditolak.

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen untuk mengumpulkan data atau informasi dioperasionalkan dalam bentuk item atau pertanyaan. Kuesioner ini berisi pertanyaan mengenai variabel kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian. Kuesioner ini tertutup. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel bebas (*Independen*) Kualitas Produk (X1) dan

Harga (X2) pada variabel terikat (*Dependen*) Kepuasan Pelanggan (Y). Responden dapat memilih salah satu pernyataan yang sesuai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan dengan skala likert.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian ini dilaksanakan di Warduy Cikampek (Warung Kopi Bang Iduy), yang beralamat di Jl. SD Taman Siswa, RT03/RW01, Krajan Timur, Cikampek Barat, Kec. Cikampek, Karawang, Jawa Barat 43173. Adapun waktu untuk menyelesaikan sejak bulan Juli 2024 sampai dengan selesai.