

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Subjek Penelitian**

Sugiyono (2017:39) menyatakan bahwa variabel *independent* atau variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan variabel *dependent* atau variabel terikat. Variabel *dependent* merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel *independent*.

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan objek merupakan hal-hal yang mencakup terhadap tempat penelitian serta data-data yang dicantumkan pada saat melakukan penelitian. Penelitian ini dilakukan di salah satu hotel di Bandung yaitu Aston Braga Hotel & Residence. Penelitian ini meneliti keterkaitan antar variabel *independent* (x) yang akan mempengaruhi suatu kegiatan atau variabel *dependent* (y). Pada penelitian ini yang merupakan variabel *independent* (x) adalah *price fairness* (x), sedangkan variabel yang dipengaruhi atau variabel *dependent* (y) adalah kepuasan pelanggan. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang berkunjung di Tos Raos *Coffe Shop*, Aston Braga Hotel & Residence Bandung.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:2) Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Dengan metode ini penulis bermaksud mengumpulkan data historis dan mengamati secara saksama mengenai aspek-aspek tertentu yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti oleh penulis sehingga akan memperoleh data-data yang dapat mendukung penyusunan penelitian.

Data-data yang diperoleh tersebut kemudian diproses dan dianalisis lebih lanjut dengan dasar teori yang telah dipelajari sehingga, memperoleh gambaran mengenai objek tersebut dan dapat ditarik kesimpulan mengenai masalah yang diteliti serta, kesimpulan mengenai masalah tersebut sebagai acuan atau rujukan kepada pihak perusahaan.

#### **3.3 Operasional Variabel**

Di bawah ini adalah operasional variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Operasional variabel diperlukan untuk

menjabarkan variabel penelitian dalam konsep dimensi dan indikator. Di samping itu tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini.

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

Variabel / Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Price Fairness (X)</i>	<p>“Asserts that fairness represents the emotional part in financial decision making where customers will be upset when they perceive the price to be personally unfair”. “menyatakan bahwa keadilan harga merupakan bagian emosional dalam pembuatan keputusan keuangan di mana pelanggan akan marah ketika mereka melihat harga menjadi pribadi yang tidak adil”.</p> <p>Maxwell dalam Ahmat <i>et al</i> (2011:30)</p>				
<i>Treatment Experience</i>	Pengalaman yang terdiri dari pengetahuan atau keterampilan dalam mengamati sesuatu yang diperoleh melalui transaksi actual.	Kesesuaian pengalaman dalam menikmati makanan dan minuman	Tingkat Kesesuaian pengalaman dalam menikmati makanan dan minuman	Ordinal	1
<i>Price Knowledge</i>	Keahlian dan keterampilan yang diperoleh seseorang atau sekelompok orang melalui pemahaman teoritis atau praktis mengenai suatu subjek.	Mengetahui harga makanan dan minuman yang sebelumnya telah disurvei	Tingkat dalam Mengetahui harga makanan dan minuman yang sebelumnya telah disurvei	Ordinal	2

Variabel / Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Kesesuaian akan adilnya harga makanan dan minuman yang ditawarkan	Tingkat kesesuaian akan adilnya harga makanan dan minuman yang ditawarkan	Ordinal	3
<i>Price Expectation</i>	Ekspektasi harga telah diterima luas sebagai harga yang wajar, harga yang didefinisikan sebagai <i>expected price</i> harus bertetapan dengan ekspektasi dari pelanggan yang jika ada peningkatan yang tidak sesuai, maka harga tersebut tidak wajar.	Kesesuaian harga yang dibayarkan dengan pelayanan yang ditawarkan	Tingkat kesesuaian harga yang dibayarkan dengan pelayanan yang ditawarkan	Ordinal	4
		Kesesuaian harga yang dibayarkan dengan makanan dan minuman yang ditawarkan	Tingkat kesesuaian harga yang dibayarkan dengan makanan dan minuman yang ditawarkan	Ordinal	5

Variabel / Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Kesesuaian harga yang dibayarkan dengan suasana yang ditawarkan	Tingkat kesesuaian harga yang dibayarkan dengan suasana yang ditawarkan	Ordinal	6
<i>Price Information</i>	Ketersediaan informasi mengenai harga dipasaran yang akan mempengaruhi pengetahuan harga yang dimiliki oleh konsumen.	Ketersediaan informasi harga makanan sebagai tolak ukur dalam memilih makanan dan minuman tersebut	Tingkat ketersediaan informasi harga makanan sebagai tolak ukur dalam memilih makanan dan minuman tersebut	Ordinal	7
		Ketersediaan informasi fasilitas atau paket yang ada sebagai tolak ukur dalam memilih makanan dan minuman tersebut	Tingkat ketersediaan informasi fasilitas atau paket yang ada sebagai tolak ukur dalam memilih makanan dan minuman tersebut	Ordinal	8

Variabel / Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Kepuasan Pelanggan (Y)	<p><i>"Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations". "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan produk atau layanan dengan harapan". Kotler dan Keller (2016:153)</i></p>				
<i>Treatment Experience</i>		Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai pengalaman dalam menikmati makanan dan minuman	Tingkat Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai pengalaman dalam menikmati makanan dan minuman	Ordinal	1
<i>Price Knowledge</i>		Perbandingan harapan dan kenyataan dalam mengetahui harga makanan dan minuman yang sebelumnya telah disurvei	Tingkat Perbandingan harapan dan kenyataan dalam mengetahui harga makanan dan minuman yang sebelumnya telah disurvei	Ordinal	2

Variabel / Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Price Expectation</i>		Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai akan adilnya harga makanan dan minuman yang ditawarkan	Tingkat Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai akan adilnya harga makanan dan minuman yang ditawarkan	Ordinal	3
		Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai harga yang dibayarkan dengan pelayanan yang ditawarkan	Tingkat Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai harga yang dibayarkan dengan pelayanan yang ditawarkan	Ordinal	4
		Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai harga yang dibayarkan dengan makanan dan minuman yang ditawarkan	Tingkat Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai harga yang dibayarkan dengan makanan dan minuman yang ditawarkan	Ordinal	5
		Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai harga yang dibayarkan dengan suasana yang	Tingkat Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai harga yang dibayarkan dengan suasana yang ditawarkan	Ordinal	6

Tei Novrialdy Putra, 2019

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel / Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		ditawarkan			
<i>Price Information</i>		Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai informasi harga makanan sebagai tolak ukur dalam memilih makanan dan minuman tersebut	Tingkat Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai informasi harga makanan sebagai tolak ukur dalam memilih makanan dan minuman tersebut	Ordinal	7
		Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai informasi fasilitas atau paket yang ada sebagai tolak ukur dalam memilih makanan dan minuman tersebut	Tingkat Perbandingan harapan dan kenyataan mengenai informasi fasilitas atau paket yang ada sebagai tolak ukur dalam memilih makanan dan minuman tersebut	Ordinal	8

### 3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Neolaka (2016:90) populasi adalah wilayah generalisasi berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan. Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka

Tei Novrialdy Putra, 2019

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang berkunjung dan membeli makanan di Restoran Tos Raos *Coffee Shop* Aston Braga Hotel & Residence.

Sedangkan menurut Neolaka (2016:90) sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, teknik ini adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Dalam penelitian ini, teknik *probability sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling*.

*Simple Random Sampling* adalah teknik yang paling sederhana (simple). Di mana sampel diambil secara acak, tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi. Dalam penelitian ini rumus *sampling* yang digunakan adalah **Rumus Slovin** seperti dibawah ini:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel  
 N = ukuran populasi  
 e = ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang doteolerir, sebagai missal adalah 5%.

Berdasarkan rumus di atas, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{259}{1 + 259 \times (0,05)^2}$$

$$n = 157.207891 \approx 157$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel penelitian ini minimal 157,207891 yang dibulatkan menjadi 157 responden pada tamu yang berkunjung ke Tos Raos *Coffee Shop*, Aston Braga Hotel & Residence.

### 3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Di dalam melakukan penelitian digunakan beberapa teknik pengumpulan data-data yang di mana data-data tersebut akan diolah dan dideskripsikan secara singkat. Berikut beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Obesevasi, dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu tamu

Tei Novrialdy Putra, 2019

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang berkunjung di Tos Raos *Coffee Shop* Aston Braga Hotel & Residence.

2. *Study literature*, mencari data dengan mempelajari buku, jurnal, *internet* dan *literature* lainnya yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *price fairness*, rasa dan kepuasan konsumen.

### 3.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2010:211). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

$$r_{xy} = \frac{n\sum xiyi - (\sum xi)(\sum yi)}{\sqrt{(n\sum xi^2 - (\sum xi)^2)(n\sum yi^2 - (\sum yi)^2)}}$$

Dimana:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variabel x dan y.

x : Jumlah skor setiap item dari seluruh responden.

y : Jumlah skor total seluruh item dari seluruh responden.

n : Banyaknya responden.

Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dianggap valid, sebaliknya jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen dianggap tidak valid atau tidak bisa digunakan dalam penelitian ini.

Berikut adalah hasil uji validitas yang telah dilakukan dengan bantuan program SPSS 22.0:

**Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X atau Price Fairness**

No.	Indikator	R Hitung	R Tabel	Valid
1	Tingkat Kesesuaian pengalaman dalam menikmati makanan dan minuman	<b>0.820</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>
2	Tingkat dalam Mengetahui harga makanan dan minuman yang sebelumnya telah disurvei	<b>0.750</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>

Tei Novrialdy Putra, 2019

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3	Tingkat kesesuaian akan adilnya harga makanan dan minuman yang ditawarkan	<b>0.871</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>
4	Tingkat kesesuaian harga yang dibayarkan dengan pelayanan yang ditawarkan	<b>0.855</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>
5	Tingkat kesesuaian harga yang dibayarkan dengan makanan dan minuman yang ditawarkan	<b>0.792</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>
6	Tingkat kesesuaian harga yang dibayarkan dengan suasana yang ditawarkan	<b>0.686</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>
7	Tingkat ketersediaan informasi harga makanan sebagai tolak ukur dalam memilih makanan dan minuman tersebut	<b>0.831</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>
8	Tingkat ketersediaan informasi fasilitas atau paket yang ada sebagai tolak ukur dalam memilih makanan dan minuman tersebut	<b>0.790</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>

Sumber: Data Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 3.2 menunjukkan bahwa hasil perhitungan validitas kuesioner responden secara keseluruhan dengan ketentuan keputusan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,355, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan terhadap *price fairness* di Tos Raos Coffee Shop dikatakan valid.

**Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y atau Kepuasan Pelanggan (Kenyataan)**

No.	Indikator	R Hitung	R Tabel	Valid
Price Fairness				
1	Tingkat Perbandingan kenyataan mengenai pengalaman dalam menikmati makanan dan minuman	<b>0.654</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>
2	Tingkat Perbandingan kenyataan dalam mengetahui harga makanan dan minuman yang sebelumnya telah disurvei	<b>0.654</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>
3	Tingkat Perbandingan kenyataan mengenai akan adilnya harga makanan	<b>0.534</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>

Tei Novrialdy Putra, 2019

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Indikator	R Hitung	R Tabel	Valid
	dan minuman yang ditawarkan			
4	Tingkat Perbandingan kenyataan mengenai harga yang dibayarkan dengan pelayanan yang ditawarkan	<b>0.699</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>
5	Tingkat Perbandingan kenyataan mengenai harga yang dibayarkan dengan makanan dan minuman yang ditawarkan	<b>0.732</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>
6	Tingkat Perbandingan kenyataan mengenai harga yang dibayarkan dengan suasana yang ditawarkan	<b>0.762</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>
7	Tingkat Perbandingan kenyataan mengenai informasi harga makanan sebagai tolak ukur dalam memilih makanan dan minuman tersebut	<b>0.747</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>
8	Tingkat Perbandingan kenyataan mengenai informasi fasilitas atau paket yang ada sebagai tolak ukur dalam memilih makanan dan minuman tersebut	<b>0.716</b>	<b>0.355</b>	<b>Valid</b>

Sumber: Data Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa hasil perhitungan validitas kuesioner responden secara keseluruhan dengan ketentuan keputusan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,355, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan terhadap kepuasan pelanggan di Tos Raos *Coffee Shop* dikatakan valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat kumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2010:221). Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Apabila data sudah sesuai dengan kenyataan, maka berapa kalipun diambil, hasilnya tetap akan sama. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu.

$$r = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Tei Novrialdy Putra, 2019

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Di mana:

- $r$  : *Coefficient reliability instrument.*  
 $K$  : Banyak butir pertanyaan.  
 $\sum \sigma b^2$  : Total varians butir.  
 $\sigma^2 t$  : Total varians.

Cara mencari jumlah varian butir yaitu mencari nilai varians setiap item, kemudian jumlahkan. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai varians setiap item adalah sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Di mana:

- $\sigma^2$  : Varians tiap butir.  
 $\sum x$  : Jumlah skor tiap butir.  
 $N$  : Jumlah responden.

Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dalam penelitian ini  $r_{tabel} = 0,700$ , maka reliabilitas dianggap mencukupi, namun jika nilai  $r_{hitung} > 0,800$  maka seluruh item dianggap reliabel dan memiliki reliabilitas yang kuat.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan dengan bantuan program SPSS 22.0:

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Price Fairness	0.919	0.700	Reliabilitas
2	Kepuasan Pelanggan	0.956	0.700	Reliabilitas

*Sumber: Data Diolah, 2018.*

Berdasarkan tabel 3.4 dapat dilihat bahwa hasil pengujian reliabilitas terhadap seluruh item pertanyaan *price fairness* dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel yang mana  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yang mana  $r_{tabel} = 0.700$ . Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam mengukur tingkat *price fairness* dan kepuasan pelanggan di Tos Raos *Coffee Shop* memiliki reliabilitas yang kuat.

### 3.7 Rancangan Analisis Deskriptif, Verifikatif dan Pengujian Hipotesis

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Riduwan (2013:52) tujuan analisis deskriptif untuk membuat gambaran secara sistematis data yang faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diselidiki atau diteliti. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendiskripsikan variabel-variabel penelitian:

1. Analisis deskriptif mengenai *price fairness* di Tos Raos *Coffee Shop*
2. Analisis deskriptif mengenai kepuasan pelanggan di Tos Raos *Coffee Shop*.

Agar mendapatkan makna yang bermanfaat untuk pemecahan masalah pada penelitian, kuesioner yang telah diisi oleh responden harus diolah. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran presentase yang diambil dari 0% - 100%.

**Tabel 3. 5 Kriteria Penafsiran Perhitungan Responden**

No.	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1 % - 25 %	Sebagian Kecil
3	26 % - 49 %	Hampir Sepenuhnya
4	50%	Setengahnya
5	51 % - 75 %	Sebagian Besar
6	75 % - 99 %	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

*Sumber : Moch Ali dalam Indira, 2016*

#### 3.7.2 Analisis Verifikatif

Variabel -variabel dalam penelitian ini disusun dalam bentuk kuesioner, untuk melihat pengaruh antara variabel X terhadap Y. Kuesioner yang telah disusun diharapkan dapat memberikan keterangan data mengenai pengaruh *price fairness* terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu diperlukan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui besaran variabel *price fairness* (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

##### 3.7.2.1 Uji Normalitas

Dalam penelitian, syarat pertama untuk menganalisis regresi adalah pengujian normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk dapat

Tei Novrialdy Putra, 2019  
**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mengetahui variabel *dependent*, *independent* atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. Menurut Husein Umar (2003:181), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *dependent*, *independent*, atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. Pada penelitian ini pengujian asumsi normalitas menggunakan Kolmogrov – Smirnov.

### 3.7.2.2 Analisis Korelasi

Terdapat banyak jenis analisis korelasi yang dapat dipilih dalam melakukan penelitian. Penelitian menggunakan analisis korelasi *pearson product moment* ( $r$ ). Selanjutnya menurut Riduwan (2013:80) teknik analisis PPM (*pearson product moment*) termasuk teknik analisis parametrik yang menggunakan data interval dan ratio dengan persyaratan tertentu. Rumus yang digunakan pada korelasi PPM ini adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n.\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}.\{n.\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dengan Y
- X = Skor variabel X
- Y = Skor variabel Y
- $\Sigma X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\Sigma Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\Sigma X^2$  = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X
- $\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y
- n = Banyak Sampel

Korelasi PPM dikembangkan ( $r$ ) dengan ketentuan nilai  $r$  tidak lebih dari harga ( $-1 \leq 1 + 1$ ). Apabila nilai  $r = -1$  artinya korelasi negatif sempurna; apabila  $r = 0$  artinya tidak ada korelasi dan apabila  $r = 1$  berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga  $r$  akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai  $r$  sebagai berikut:

**Tabel 3. 6 Interpretasi Koefisiensi Korelasi r**

Interval Koefisiensi	Tingkat Hubungan
0.80 - 1.000	Sangat Kuat
0.60 - 0.799	Kuat
0.40 - 0.599	Cukup Kuat

Tei Novrialdy Putra, 2019

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

0.20 - 0.399	Rendah
0.00 - 0.199	Sangat Rendah

---

*Sumber : Ridwan (2013:81)*

### 3.7.2.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2017:261) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel *independent* dengan satu variabel *dependent*. Analisis regresi linear sederhana ini terdapat satu variabel yang diramalkan (*dependent* variabel) yaitu *price fairness* dan (*independent* variabel) yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maka persamaan regresi linear sederhananya adalah:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam variabel *dependent* yang diprediksi

a = Harga X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel *dependent* yang didasarkan pada perubahan variabel *dependent*. Bila (+) arah garis naik, dan apabila (-) maka arah garis turun.

### 3.7.2.4 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besar kecilnya nilai X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat koefisiensi korelasi (r). Adapun rumus koefisiensi korelasi determinasi menurut Buchari Alma (2009:81) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$K_d$  = Nilai Koefisiensi Determinasi

r = Koefisiensi korelasi

## 3.8 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini digunakan hipotesis hubungan *asosiatif*. Hipotesis Hubungan (*Asosiatif*) adalah suatu pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.

### 3.8.1 Uji F

Uji f merupakan teknik untuk menguji bagaimana pengaruh seluruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara

Tei Novrialdy Putra, 2019

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

bersama-sama. Uji hipotesis dilakukan melalui uji f statistik dengan rumus. Berikut rumusnya:

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

Di mana:

- R : Nilai koefisien korelasi ganda
- k : Jumlah variabel *independent* (bebas)
- n : Jumlah anggota sampel

Untuk menerima atau menolak, hipotesis  $H_0$  diterima jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  dan menolak  $H_0$  apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$ . Tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0.05 pada taraf signifikansi 95%.

