

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas produk dan harga terhadap pembentukan kepuasan konsumen. Adapun yang menjadi objek penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu dua *Variabel independen* dan satu *variabel dependen*. *Variabel independen* (variabel bebas) adalah kualitas produk dan harga. Objek penelitian yang merupakan *variabel dependen* (variabel tak bebas) adalah kepuasan konsumen di cafe se-kota Bandung.

Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka akan dianalisis mengenai kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Menurut Suharsimi Arikunto (2000:29), Objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Sedangkan benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan dipermasalahkan disebut objek.

## **3.2 Jenis dan Metode Penelitian yang digunakan**

### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data penelitian kuantitatif. Menurut Sugiono (2009:23) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Data kuantitatif dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu data diskrit dan data kontinum. Data diskrit adalah data yang diperoleh dari hasil menghitung atau membilang (bukan mengukur). Data ini sering juga disebut dengan data nominal. Data nominal biasanya diperoleh dari penelitian yang bersifat eksploratif atau survey. Data kontinum adalah data yang diperoleh dari hasil pengukuran. Data kontinum dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu: data ordinal, interval dan rasio.

Dilihat dari variabel  $X_1$  (kualitas produk) dan  $X_2$  (Harga) dan variabel  $Y$  (Kepuasan konsumen) berbentuk data interval, maka jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif jenis kontinum.

### **3.2.2 Metode Penelitian**

Berdasarkan variabel yang diteliti, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dan verifikatif yang dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Moh Nazir (2003:54) mengemukakan bahwa, "Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang". Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara

sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe se-kota Bandung.

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:8) menjelaskan bahwa: “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih (*independent*) tanpa perbandingan atau menghubungkan variable lain”. Melalui ini data-data dikumpulkan dari sumber data primer, dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan angket kepada sample konsumen cafe se-kota Bandung untuk memperoleh fakta yang relevan dan *up to date*. Pengumpulan data melalui angket dilakukan langsung di lapangan, penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mengetahui gambaran objek yang sedang diteliti.

Sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan guna memprediksi dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari suatu variabel ke variabel lainnya. Dalam hal ini penelitian verifikatif dilakukan penulis dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada cafe se-kota Bandung.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Menurut Moh Nazir (2003:123) variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai. Variabel penelitian merupakan suatu obyek, atau sifat, atau atribut atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai bermacam-macam variasi antara satu dengan lainnya yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur variabel.

Menurut Moh Nazir, (1999:33) operasionalisasi variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Terdapat dua variabel yang menjadi kajian dari penelitian ini antara lain :

- a. Pengaruh kualitas produk dan harga sebagai variabel bebas (*independen variable*)
- b. Kepuasan konsumen sebagai variabel sebagai variabel terikat (*dependen variabel*).

*Independen variable*, variabel ini sering disebut sebagai *variable stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). (Sugiyono, 2009:4)

Variabel dependen, sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2009:4). Operasionalisasi variabel tersebut dapat dijabarkan pada tabel 3.1 dibawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Instrumen
<b>Kualitas Produk (X1)</b>	Sifat dan karakteristik total dari sebuah produk atau jasa yang berhubungan dengan kemampuannya memuaskan kebutuhan pelanggan. (Kotler&Amstrong 2006:226)	Kinerja ( <i>Performance</i> )	Tingkat tampilan makanan dan minuman	Interval	III.1
			Tingkat kualitas makanan dan minuman	Interval	III.2
		Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan ( <i>Feature</i> )	Tingkat variasi makanan dan minuman	Interval	III.3
			Tingkat kekhasan makanan dan minuman		III.4
		Kesesuaian dengan spesifikasi ( <i>Conformance to specification</i> )	Tingkat kesesuaian standar kualitas makanan dan minuman	Interval	III.5
			Tingkat ukuran makanan dan minuman		III.6
		Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Tingkat kerusakan bahan makanan	Interval	III.7
			Tingkat kematangan	Interval	III.8

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Instrumen
		Daya tahan ( <i>Durability</i> )	Tingkat daya tahan makanan dan minuman.	Interval	III.9
		Daya tarik Estetika ( <i>Asthetic</i> )	Tingkat Aroma makanan dan minuman.	Interval	III.10
			Tingkat rasa makanan dan minuman.	Interval	III.11
		Kualitas yang dipersepsikan ( <i>perceived quality</i> ),	Tingkat persepsi konsumen atas kualitas makanan dan minuman.	Interval	III.12
		Kemampuan pelayanan ( <i>Servicebilty</i> )	Tingkat kecepatan pelayanan makanan dan minuman.	Interval	III.13
			Tingkat ketepatan pelayanan makanan dan minuman.	Interval	III.14
			Tingakt penanganan keluhan konsumen.	Interval	III.15
<b>Harga (X2)</b>	Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa / jumlah nilai konsumen pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari memiliki/ menggunakan barang/ jasa. Kotler dan Amsrong (2004:345)	Persepsi konsumen terhadap harga suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen sesuai dengan daya beli, manfaat, kualitas produk dan ukuran produk.	Tingkat kesesuaian antara harga dengan manfaaat.	Interval	III.16
			Tingkat kesesuaian antara harga dengan kemampuan daya beli.	Interval	III.17
			Tingkat kesesuaian antara harga dengan kualitas produk	Interval	III.18
			Tingkat kesesuaian antara harga dengan ukuran produk yang diberikan.	Interval	III.19

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Instrumen
<b>Kepuasan Konsumen (Y)</b>	Kepuasan konsumen merupakan perasaannya setelah melakukan pembelian atas suatu produk tertentu (Philip Kotler 2000:46)	Perasaan senang/kecewa seseorang sebagai hasil perbandingan antara produk dengan harapannya.	Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk	Interval	III.20
			Tingkat kepuasan konsumen terhadap jumlah porsi	Interval	III.21
			Tingkat kepuasan konsumen terhadap tampilan makanan dan minuman	Interval	III.22
			Tingkat kepuasan konsumen dengan kualitas bahan baku	Interval	III.23
			Tingkat Kepuasan konsumen dengan daya tahan produk	Interval	III.24
			Tingkat Kepuasan konsumen terhadap Harga	Interval	III.25
			Tingkat Kepuasan konsumen terhadap harga dengan kesesuaian kualitas produk	Interval	III.26

### 3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling Penelitian

#### 3.4.1 Poupulasi Penelitian

Setiap kegiatan penelitian perlu menentukan jumlah populasi yang akan diteliti. Menurut Joko Subagyo (2006:23) populasi adalah objek penelitian sebagai sasaran untuk mendapatkan dan mengumpulkan data. Menurut Sugiyono (2009:61) memberikan pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Didalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah konsumen pada Café Se-Kota Bandung. Dengan populasi sebanyak 992 konsumen per hari terlihat pada tabel 3.2 dibawah ini:

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Populasi Penelitian**

No	Nama Café	Jumlah Pembeli Per Hari
1	Bridge Café	102
2	Bellair Café and Lounge	105
3	Café Bali	110
4	Café Baraya	91
5	Café Halaman	104
6	MQ Café	89
7	Green Café	97
8	Café Classic	95
9	Oh Lala Café	101
10	Noodle Café	98
<b>Jumlah</b>		<b>992</b>

Sumber: Data hasil penelitaan

### 3.4.2 Sampel Penelitian

Setelah menentukan jumlah populasi yang akan diteliti maka langkah selanjutnya adalah menentukan jumlah sampel. Menurut Sugiyono (2009:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Moh Nazir (2003:271) Sebuah sampel adalah bagian dari populasi. Survei sampel adalah suatu prosedur di mana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat dan ciri yang dikehendaki dari populasi. Menurut Malhotra (2005:354) mengatakan bahwa, "Sampel merupakan sekelompok elemen yang terpilih yang berpartisipasi dalam suatu studi".

Menurut Djalaludin Rakhmat, (2000:49) Untuk menentukan besarnya sampel minimal dalam penelitian ini menggunakan teknik slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dan ukuran populasi dengan kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditorelir atau diinginkan.

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

Sumber: Djalaludin Rakhmat, (2000:49)

Dengan :

n : Ukuran Sampel Minimum

N : Ukuran Populasi

e : Kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir

Maka diperoleh sampel sebesar:

$$N = 992$$

$$e = 10 \% = 0,1$$

Maka:

$$n = \frac{992}{1 + 992(0,1^2)}$$

$$n = \frac{992}{10,92}$$

$$n = 90,84 \sim 91$$

Berdasarkan penghitungan tersebut maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejumlah 100 orang responden.

### 3.4.3 Teknik Sampling Penelitian

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel atau sebagian elemen dari populasi untuk memahami karakteristik dari keseluruhan populasi. Menurut Sugiyono (2009:62) menyatakan bahwa: "Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel". Ada beberapa macam teknik sampling untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*. *Probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Dari *Probability Sampling* teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) menurut Sugiyono (2009:64) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.

### 3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dari penelitian adalah dari sumber data primer dan data sekunder. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keuntungan tentang data. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2007:129) mengemukakan bahwa: “Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung atau terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain”.

Data primer dan data sekunder dapat diperoleh dari sumber data. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain. Lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan mengajukannya dalam tabel 3.3 dibawah ini:

**Tabel 3.3**  
**Jenis dan Sumber Data**

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Jumlah cafe berizin se-kota Bnadung	Data Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung
2.	Jumlah pembelian konsumen, daftar menu	Data Primer	Responden Cafe se-kota Bandung
3.	Data atas kualitas produk pada cafe se-kota Bandung	Data Primer	Responden Cafe se-kota Bandung
4.	Data atas harga pada cafe se-kota Bandung	Data Primer	Responden Cafe se-kota Bandung
5.	Data atas kepuasan konsumen pada cafe se-kota Bandung	Data Primer	Responden Cafe se-kota Bandung

Sumber: Data hasil penelitian

### 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan penulis menggunakan berbagai teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Angket (Kuesioner)

Menurut Moh Nazir (2003:203) Alat lain untuk mengumpulkan data adalah daftar pertanyaan, yang sering disebutkan secara umum dengan nama *kuesioner*. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, atau daftar pertanyaan tersebut cukup terperinci dan lengkap, yang menuliskan isian kedalam kuesioner adalah responden. Pengumpulan data pada penelitian ini pun menggunakan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden yang telah ditentukan.

Data yang dihimpun melalui kuesioner dapat merupakan data primer (utama) atau sebagai penunjang dalam membahas permasalahan. Didalam

penelitian ini menggunakan jenis angket campuran. Dalam kuesioner campuran terdapat bentuk kuesioner tertutup dengan kuesioner terbuka. Maksudnya adalah selain telah disediakan jawabannya di dalam lembar kuesioner tersebut, disediakan pula kolom kosong.

#### b. Wawancara

Menurut Moh Nazir (2003:193) yang dimaksud dengan wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (paduan wawancara). Jadi teknik wawancara ini dilakukan melalui pembicaraan terhadap tanya jawab dengan pihak yang dianggap perlu untuk mendapatkan data yang diperlukan.

### **3.6 Rancangan Analisis**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Di dalam penelitian ini digunakan uji validitas untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang disebar. Dalam uji validitas digunakan metode koefisien korelasi product moment pearson dengan rumus sebagai berikut:

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

Sumber : Sugiyono (2009: 228)

Keterangan :

$r$  = Koefisien validitas item yang dicari

$X$  = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

$Y$  = Skor total

$\sum_x$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum_y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

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

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

$n$  = Banyaknya responden.

Menurut Sugiyono (2009:228) keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Validitas instrumen dilakukan dengan bantuan program Microsoft Excel 2003 *for windows*. Hasil pengujian validitas ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 3.4**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen**

No.	Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
<b>Kualitas Produk (X1)</b>				
1.	Tampilan makanan dan minuman yang disajikan pada café	0,692	0,164	Valid
2.	Kualitas makanan dan minuman yang dihasilkan pada café	0,635	0,164	Valid
3.	Variasi makanan dan minuman yang terdapat dalam daftar menu pada café	0,669	0,164	Valid
4.	Kekhasan makanan dan minuman yang dihasilkan pada café	0,715	0,164	Valid
5.	Kesesuaian standar kualitas makanan dan minuman yang dijanjikan café	0,638	0,164	Valid
6.	Ukuran makanan dan minuman yang diberikan oleh café	0,644	0,164	Valid
7.	Kemungkinan terjadi kerusakan pada makanan (basi, waktu kadaluarsa melampaui batas) yang dihasilkan café	0,566	0,164	Valid
8.	Kematangan makanan yang dihasilkan café	0,537	0,164	Valid
9.	Daya tahan makanan dan minuman yang dihasilkan café	0,650	0,164	Valid
10.	Aroma makanan dan minuman yang dihasilkan café	0,658	0,164	Valid
11.	Rasa dari makanan dan minuman yang dihasilkan café	0,622	0,164	Valid
12.	Persepsi konsumen atas kualitas produk secara total	0,637	0,164	Valid
13.	Kecepatan pelayanan makanan dan minuman dari café	0,637	0,164	Valid
14.	Ketepatan pelayanan makanan dan minuman dari café	0,598	0,164	Valid
15.	Penanganan keluhan konsumen dari café	0,693	0,164	Valid
<b>Harga (X2)</b>				
16	Kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima	0,715	0,164	Valid
17	Kemampuan daya beli sesuai dengan harga yang ditawarkan café	0,582	0,164	Valid
18	Kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang diberikan oleh café	0,738	0,164	Valid
19	Kesesuaian harga dengan jumlah porsi yang ditawarkan oleh café	0,561	0,164	Valid
<b>Kepuasan Konsumen (Y)</b>				
20	Kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang diberikan oleh café	0,561	0,164	Valid
21	Kepuasan konsumen terhadap jumlah porsi yang diberikan oleh café	0,707	0,164	Valid
22	Kepuasan konsumen terhadap tampilan makanan dan minuman yang disajikan oleh café	0,662	0,164	Valid
23	Kepuasan konsumen terhadap kualitas bahan baku yang diberikan oleh café	0,655	0,164	Valid
24	Kepuasan konsumen terhadap daya tahan produk yang diberikan oleh café	0,577	0,164	Valid
25	Kepuasan konsumen terhadap Harga yang diberikan oleh café	0,646	0,164	Valid
26	Kepuasan konsumen terhadap harga dengan kesesuaian kualitas produk yang diberikan oleh café	0,578	0,164	Valid

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas di dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui instrumen yang dipakai dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik.

Menurut Asep Hermawan, (2006:126) mendefinisikan: “Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur”. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya juga. *Koefisien alpha cronbach* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Rumus yang dipergunakan *koefisien alpha cronbach* dari Suharsimi Arikunto (2006:196) yaitu:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Sambas Ali, 2007:38)

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen/koefisien alfa

$k$  = Banyaknya bulir soal

$\sum \sigma_i^2$  = Jumlah varians bulir

$\sigma_t^2$  = Varians total

Sedangkan rumus varians lainnya adalah:

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

Sumber: Sambas Ali (2007:38)

Keterangan:

$\sigma^2$  = Varians Toatal

$\sum x$  = Nilai rata-rata (mean)

N = Jumlah Responden

Setelah diperoleh  $r_i$  hitung maka selanjutnya untuk dapat diputuskan instrumen tersebut reliabel atau tidak, maka kualitas produk dan harga tersebut dikonsultasikan dengan  $r_{table}$ , dengan taraf keslahan 10%. Jika  $r_i$  hitung lebih besar dari  $r_{table}$ , maka dapat disimpulkan instrumen kepuasan konsumen tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian, perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan menggunakan program Microsoft Excel 2003 *for windows*,

**Tabel 3.5**  
**Hasil pengujian Reliabilitas Instrumen**

<b>N0.</b>	<b>Variabel</b>	<b>Nilai r Hitung</b>	<b>Nilai r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1.	Kualitas Produk	0,896	0,164	Reliabel
2.	Harga	0,536	0,164	Reliabel
3.	Kepuasan Konsumen	0,745	0,164	Reliabel

### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul kemudian dilakukan analisis kuantitatif yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif. Maka dari itu penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan skala pengukuran semantik, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi dan teknik analisis linear berganda.

Skala pengukuran semantik yaitu metode penulisan yang disusun dengan menggunakan rangkaian kata sifat yang bertentangan (bipolar) serta memiliki unsur evaluasi potensi unsur aktivitas. Dalam kerangka skala beda semantik, skoring dapat dilakukan dengan menggunakan empiris yaitu meneliti analisis faktor/konvensi, yaitu skor ditetapkan sendiri oleh peneliti.

#### 3.7.1 Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan X dan Y disebut koefisien korelasi ( $r$ ) nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1 ( $-1 \leq r \leq 1$ ), artinya jika :

$r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekat 1, hubungan sangat kuat dan positif).

$r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekat -1, hubungan sangat kuat dan negatif).

$r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Penentuan koefisien korelasi ( $r$ ) dalam penelitian ini menggunakan korelasi Pearson (*Pearson's Product Moment Coefficient Of Correlation*), yaitu :

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

Sumber: Sugiyono, (2009: 228)

Keterangan :

$r$  = Koefisien validitas item yang dicari

$X$  = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

$Y$  = Skor total

$\sum_x$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum_y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

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

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

$n$  = Banyaknya responden.

Menurut Sugiyono (2009:231) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 3.6**  
**Pedoman untuk Memberikan Interpretasi**  
**Terhadap Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 – 0.199	Sangat rendah
0.200-0.399	Rendah
0.400-0.599	Sedang
0.600-0.799	Kuat
0.800-1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, (2009: 231)

### 3.7.2 Uji Koefisien Determinasi

Menurut sugiyono (231:2009) dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ). Koefisien ini disebut koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen.

Rumus koefisien determinasi (Sugiyono, 2007:275):

$$\text{Koefisien determinasi} = r^2 \times 100\%$$

Menurut Sugiyono (2009:231) Koefisien determinasi uji  $r^2$  merupakan proporsi atau presentase dari total variasi Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variabel bebas dalam menjelaskan atau menerangkan variabel terikatnya di dalam fungsi yang bersangkutan. Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dengan asumsi sebagai berikut:

$$0 \leq r^2 \leq 1$$

1. Jika nilai  $r^2$  nya semakin mendekati angka 1, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antara variabel bebas dan terikat semakin dekat pula.
2. Jika semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat tidak mendekati.

### 3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear ganda. Menurut Sugiyono (2009:275) analisis regresi linear ganda digunakan oleh peneliti, bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal 2.

Nilai yang didapat dari analisis regresi linear ganda ini biasanya dalam bentuk persamaan. Persamaan tersebut kemudian dapat menjelaskan bagaimana naik turunnya nilai X dapat mempengaruhi nilai Y.

Rumusnya :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$  Sugiyono (2009:275)

Keterangan :

- Y = Kepuasan Konsumen
- a = Konstanta
- $b_1, b_2$  = Koefisien arah regresi
- $X_1$  = Harga
- $X_2$  = Kualitas Produk

### 3.7.3 Rancangan Pengujian Hipotesis

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independen variabel* yaitu kualitas produk (variabel  $X_1$ ) dan harga (variabel  $X_2$ ), *sedangkan dependen variable* adalah kepuasan konsumen (Variabel Y). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis linear berganda untuk seluruh variabel tersebut. Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah

terdapat pengaruh positif antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji kebenaran koefisien arah regresi.

Hipotesis yang diajukan yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Untuk menguji keberartian koefisien arah regresi dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis secara simultan dengan uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis menggunakan rumus F sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}} \quad \text{Sumber: Sugiyono, (2007:235)}$$

Keterangan :

R = Nilai koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independent (bebas)

n = Jumlah anggota sampel

- a. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Pengujian hipotesis parsial dengan menggunakan uji t

Pengujian hipotesis parsial dengan menggunakan uji t yang berfungsi apabila mencari hubungan variabel X dan Y, maka hasil korelasi pearson product moment tersebut diuji dengan uji signifikan dengan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2007:230)

Keterangan :

$t_{hitung}$  = nilai t

r = Nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menguji nilai  $t_{hitung}$ . Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikan dari setiap variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara parsial terhadap variable (Y). Kriteria untuk menolak atau untuk menerima hipotesis pada tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10 % atau 0,01 pada taraf signifikan 90% dengan menggunakan SPSS 12.0 *for windows*:

- a. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$  yang artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial..
- b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$  yang artinya terdapat pengaruh secara parsial.

Taraf kesalahan dengan derajat dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.
2.  $H_0 : \beta_1 > 0$ , artinya terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

