

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 6 (enam) bulan, yaitu dimulai dari bulan Januari 2020 sampai dengan bulan Juni 2020. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian ini, karna jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian ini.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta, tepatnya di Fakultas Ekonomi. Target responden dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi yang pernah makan di restoran berkonsep “*All you can eat*” Hanamasa di Jakarta. Penelitian ini dilaksanakan daring atau online melalui *survey Google Form*, hal ini bertujuan agar mempersingkat waktu dan menghemat biaya.

B. Pendekatan Penelitian

1. Metode

Menurut Sugiyono (2014:2), secara umum metode penelitian diartikan sebagai ‘Cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu’. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti

menggunakan metode ini karna sesuai dengan tujuan yang ingin di capai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Kerlinger dalam sugiyono (2018:35) “*Survey reseacrh studies large and small population (or universes by selecting and studying samples chosen from the population to discover the relative incident, distribution and interrelations of sosiological and phychological variabel.*” Yang artinya penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis.

Menurut W Lawrence dalam sugiyono (2018:35), menyatakan “*Survey are quantitative beast. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic, and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about selt reported belief or behavior*”. Yang artinya penelitian *survey* adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian *survey*, penelitian menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang.

Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan memilih pendekatan

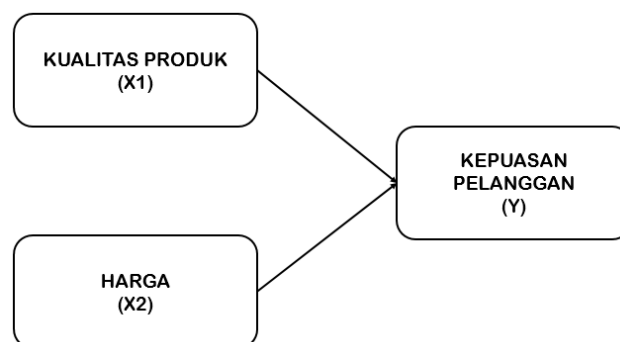
korelasional adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Jika variabel X dan Y memiliki hubungan maka akan terlihat seberapa erat dan berartinya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat diketahui hubungan variabel bebas (kualitas produk) yang diberi simbol X_1 dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi dan hubungan antara variabel bebas (harga) yang diberi simbol X_2 dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

- a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.
- b. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan.

Maka, konstelasi hubungan antara variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar III.1 Konstelasi X_1 dan X_2 (Kualitas Produk dan Harga) dengan Y (Kepuasan Pelanggan)

Sumber: diolah oleh peneliti

Keterangan :

Variabel Bebas (X_1) : Kualitas Produk

Variabel Bebas (X_2) : Harga

Variabel Terikat (Y) : Kepuasan Pelanggan

—————→ : Arah Hubungan

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014:135), “Dalam penelitian kuantitatif, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Menurut Corper, Donald, R Schindler, Pamela S dalam Sugiyono (2018:130) menyatakan bahwa “populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalag keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti.”

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan *survey* awal melalui angket yang di sebarakan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, terdapat pelanggan yang puas terhadap Restoran Jepang berkonsep “*All You Can Eat*” Hanamasa di Jakarta.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014:136), “Dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Menurut Hamid *et al* (2016:1.5), mengatakan bahwa “sampling adalah cara mengumpulkan data jika hanya sebagian anggota populasi saja yang diteliti”.

Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Seperti yang telah dikemukakan oleh Sugiyono (2014:144), “*Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek yang diteliti”.

Dalam penelitian ini, sampel yang di gunakan adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang pernah makan dan merasa puas sebagai pelanggan di Restoran Jepang berkonsep “*All You Can Eat*” Hanamasa di Jakarta dalam 1 tahun terakhir (2019) dengan alasan bahwa adanya Program PSBB (Pembatasan Sektor Berskala Besar) di tahun 2020 yang tidak memungkinkan pengunjung untuk keluar rumah dan Restoran Hanamasa. Jumlah sampel yang di gunakan sebanyak 150 mahasiswa.

D. Penyusunan Instrumen

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu kualitas produk (variabel X1), harga (variabel x2) dan kepuasan pelanggan (variabel Y). Adapun instrumen yang digunakan untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang di rasakan oleh konsumen, baik perasaan senang atau kecewa setelah menggunakan dan mengevaluasi suatu produk.

b. Definisi Operasional

Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui empat indikator. Indikator pertama, yaitu membeli lebih banyak produk. Indikator kedua, yaitu membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produknya. Indikator ketiga, yaitu tidak banyak memberi perhatian ke merek pesaing lainnya, dan indikator ke empat, yaitu menawarkan produk-produk perusahaan.

c. Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Kisi-kisi instrumen kepuasan pelanggan yang di sajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud

untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi- kisi instrumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III.1 Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Membeli banyak produk	1,2	-	2	1	-	1	-
Membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produknya	5,6	7	-	5,6	7	4,5	6
Tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing	3,4,8	-	-	3,4,8	-	2,3,7	-
Menawarkan produk-produk perusahaan	9,10	-	-	9,10	-	8,9	-

Jika dilihat dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y), memiliki 10 butir pernyataan yang di mana dari 10 butir pernyataan tersebut terdapat 1 buah pernyataan yang *drop* yaitu pada pernyataan nomor 2.

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah peneliti sediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III.2 Skala Penilaian Instrumen Kepuasan Pelanggan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Dalam proses pengembangan instrumen kepuasan pelanggan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuestioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kepuasan pelanggan yang terlihat pada tabel 4 yang disebutkan sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan.

Tahapan berikutnya konsep instrumen yang dikonsultasikan kepada dosen pembimbing yang berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kepuasan pelanggan sebagaimana tercantum pada tabel 5. Setelah konsep instrumentan disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen di ujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validasi butir dengan menggunakan koefisien

korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang di gunakan sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*.

Selanjutnya, dihitung: reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right]$$

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

2. Kualitas Produk (Variabel X₁)

a. Definisi Konseptual

Kualitas produk adalah karakteristik yang dimiliki suatu produk (barang atau jasa) yang digunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

b. Definisi Operasional

Kualitas produk dapat diukur dengan enam dimensi : yaitu *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan. *Conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau dan bentuk dari produk. *Perceived quality* (kesan kualitas), persepsi konsumen terhadap produk yang didapat.

c. Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk

Kisi-kisi instrumen Kualitas Produk yang di sajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi- kisi instrumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III.3 Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Performance</i> (Kinerja)	Karakteristik inti	3,4	-	-	3,4	-	3,4	-
<i>Durability</i> (daya tahan)	Produk makanan dalam keadaan <i>fresh</i>	1,2,6,7	5	5	1,2,6,7	-	1,2,5,6	-
	Warna daging tidak pucat							
	Produk minuman dalam keadaan baru							
<i>Conformance to specification</i> (Kesesuaian dengan spesifikasi)	Kesesuaian penyajian produk	8,9,10	11	11	8,9,10	-	7,8,9	-
	Konsistensi rasa produk							
<i>Feature</i> (Fitur)	Ciri khas produk	12,13,14			12,13,14		10,11,12	-
	Keberagaman produk							
<i>Aesthetics</i> (Estetika)	Daya tarik rasa menu yang disajikan	16,17,18	15,19		16,17,18	15,19	14,15,16	13,17
	Daya tarik aroma menu yang di sajikan							

	Daya tarik tampilan menu yang disajikan							
<i>Percieved Quality</i> (Kesan Kualitas)	Kesan kualitas produk	20	-	-	20	-	18	-

Jika dilihat dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1), memiliki 20 butir pernyataan yang di mana dari 20 butir pernyataan tersebut terdapat 2 buah pernyataan yang *drop* yaitu pada pernyataan nomor 5 dan nomor 11.

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah peneliti sediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III.4 Skala Penelitian Instrumen Kualitas Produk

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kualiatas Produk

Dalam proses pengembangan instrumen kualitas produk dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuestioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel

kualitas produk yang terlihat pada tabel 4 yang disebutkan sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas produk.

Tahapan berikutnya konsep instrumen yang dikonsultasikan kepada dosen pembimbing yang berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas produk sebagaimana tercantum pada tabel 5. Setelah konsep instrumentan disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen di ujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validasi butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang di gunakan sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak

valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*.

Selanjutnya, dihitung: reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

Si^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

3. Harga (Variabel X₂)

a. Definisi Konseptual

Harga adalah nilai tukar barang berupa uang yang di sepakati bersama untuk menentukan besar dan kecilnya nilai suatu barang.

b. Definisi Operasional

Harga memiliki 4 indikator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan harga pasar, kesesuaian harga dengan manfaat, dan potongan harga khusus. Harga juga memiliki tujuh dimensi. Dimensi pertama, harga merupakan pernyataan nilai produk: dengan indikator persepsi, manfaat dan biaya yg dikeluarkan. Dimensi kedua, harga merupakan aspek yang Visible. Dimensi ketiga, harga adalah determinan utama permintaan; dengan indikator hukum permintaan. Dimensi keempat, harga berkaitan dengan pendapatan dan laba. Dimensi lima, harga bersifat fleksibel: dengan indikator mudah di sesuaikan. Dimensi enam, harga mempengaruhi citra dan strategi positioning. Dimensi ketujuh, harga merupakan masalah manajer dengan aspek: Konflik internal perusahaan, konflik saluran distribusi, konflik pesaing, konflik lembaga pemerintah.

c. Kisi-Kisi Instrumen Harga

Kisi-kisi instrumen Harga yang di sajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan

setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi- kisi instrumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III.5 Kisi-Kisi Instrumen Harga

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Keterjangkauan Harga	1,4	3,10	3	1,4	10	1,3	9
Kesesuaian Harga Dengan Harga Pasar	2,5	-	-	2,5	-	2,4	-
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	6,7	9	-	6,7	9	5,6	8
Potongan Harga Khusus	8	-	-	8	-	7	-

Jika dilihat dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X₂), memiliki 10 butir pernyataan yang di mana dari 10 butir pernyataan tersebut terdapat 1 buah pernyataan yang *drop* yaitu pada pernyataan nomor 3.

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah peneliti sediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut.

Tabel III.6 Skala Instrumen Penelitian Harga

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Harga

Dalam proses pengembangan instrumen harga dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel harga yang terlihat pada tabel 4 yang disebutkan sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel harga.

Tahapan berikutnya konsep instrumen yang dikonsultasikan kepada dosen pembimbing yang berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel harga sebagaimana tercantum pada tabel 5. Setelah konsep instrumentan disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen di ujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validasi butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang di gunakan sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum t^2}}$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{\text{tabel}} = 0,361$. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-drop.

Selanjutnya, dihitung: reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

Si^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

E. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Menurut Purnomo (2017:83), uji normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik. Normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data yang terdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Pengujian ini dilakukan galat taksiran regresi Y atas X dengan menggunakan Uji *Kolmogorov Smirnov*.

Hipotesis statistik :

1. Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 di terima dan data berdistribusi normal.
2. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan data tidak berdistribusi normal.

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan dengan analisis grafik (*normal probability*) yaitu sebagai berikut:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linieritas Regresi

Menurut Purnomo (2017:94) uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang lancar atau tidak. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dinyatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansi kurang dari 0,05

yaitu:

1. Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linier.
2. Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linier.

2. Persamaan Regresi Linier Berganda

Menurut Kadir (2015 : 187) regresi linier berganda dimaksudkan untuk menjelaskan pengaruh atau hubungan antara variabel tersebut. Misalkan variabel bebas tersebut adalah X_1 , X_2 dan variabel terikatnya adalah Y , maka pengaruh X_1 , X_2 terhadap Y dinamakan regresi ganda Y atas X_1 dan X_2 . Hubungan atau pertautan antara variabel tersebut dinyatakan dalam persamaan berikut :

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat (kepuasan pelanggan)

X_1 = variabel bebas pertama (kualitas produk)

X_2 = variabel bebas kedua (harga)

b_0 = konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2 = 0$)

b_1 = koefisien regresi variabel bebas pertama, X_1 (kualitas produk)

b_2 = koefisien regresi variabel bebas kedua, X_2 (harga)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Berdasarkan pendapat Kuncoro (2011:111), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap dependen, atau menurut Kuncoro (2011:106)

$$H_0 : b_i = 0$$

Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_i \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

1. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{Tabel}$ atau nilai probabilitas $sig. < 0,05$
2. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{Tabel}$ dan nilai probabilitas $sig. > 0,05$

4. Analisis Koefisien Korelasi *Pearson*

Menurut Eeng Ahman (2007:155) bahwa korelasi *pearson* menyatakan hubungan linear antara variabel X dan variabel Y. Analisis korelasi ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 26.0

Adapun menurut Sugiyono (2018:231) untuk menginterpretasikan hasil penelitian korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel III.7 Interpretasi penelitian korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.00	Sangat Kuat

5. Perhitungan Koefisien Determinasi

Menurut Pardede dan Ratlan (2015:38) koefisien determinasi (*goodness of fit*), yang dinotasikan dengan R^2 , merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Atau dengan kata lain, angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkan garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya.

Nilai koefisien determinasi (R^2) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X.

- Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2=0$), artinya variasi Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali,

- Bila $R^2=1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh x.

Dengan kata lain bila $R^2=1$, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian maka baik buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh R^2 nya yang mempunyai nilai antara nol dan 1.