

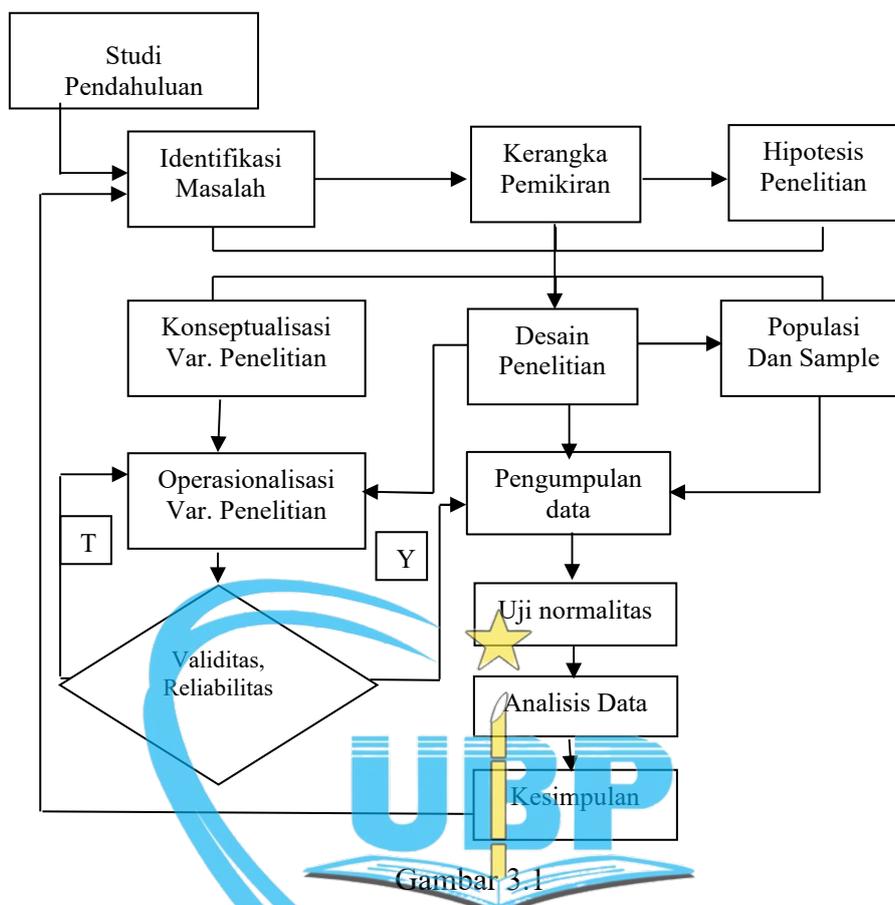
## BAB 3

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 1.1 Desain Penelitian

Pada pelaksanaan riset, peneliti menerapkan teknik survey deskriptif serta penjelasan atau verifikatif. Penggunaannya bertujuan untuk mendeskripsikan alasan terjadinya suatu fenomena. Sugiyono (2010:206) “Metode deskriptif digunakan untuk menganalisis atau menggambarkan suatu hasil dari penelitian, dan tidak untuk menarik dari kesimpulan yang lebih luas.” Metode deskriptif penelitian ini. (Studi deskriptif) dimanfaatkan dalam rangka menggambarkan pengaruh produk beras TB Padi jaya kualitas dan harga menyangkut kepuasan konsumen. metode *explanatory (survey verifikatif)* di sisi lain, banyak digunakan untuk menguji hipotesis, menguji teori yang ada, dan melihat apakah terdapat implikasi diantara variabel kajian. Inti dari validasi yaitu bertujuan melakukan uji terhadap hipotesis apakah disetujui ataukah tidak dengan mengumpulkan berbagai informasi pendukung. Metode yang peneliti gunakan adalah bertujuan mendeskripsikan dampak dari harga serta kualitas suatu produk pada kepuasan pelanggan TB Padi Jaya.

Berikut akan digambarkan tentang gambaran pelaksanaan riset dari peneliti untuk dijalankan, yaitu didasarkan pada beberapa tahapan berikut.



Gambar 3.1

Desain Penelitian

Sumber: Uus MD Fadli, 2019

Gambar ini menunjukkan fase desain penelitian. Langkah pertama adalah survei pendahuluan terhadap TB Padi Jaya yang sedang diteliti. Kemudian hasil pengobservasian pertama mengenai keadaan konsumen menjadi latar belakang riset ini. Hal ini diikuti dengan identifikasi masalah, yang menjadi dasar untuk membuat kerangka penelitian dan menentukan hipotesis penelitian. Setelah menyelesaikan langkah-langkah di atas, desain survei akan dibuat sebagai kerangka kerja untuk melakukan survei. Selanjutnya, penulis perlu mengkonseptualisasikan variabel-variabel yang dipertimbangkan pada riset menerapkan berbagai literatur relevan. Sehingga dapat dijelaskan berbagai variabel itu secara tepat. Selain itu, Anda perlu menentukan populasi sebelum memutuskan sampel mana yang akan digunakan sebagai responden dalam survei

ini. Data dapat diambil dari responden dari jumlah sampel yang diketahui serta dikonklusikan untuk selanjutnya dilakukan analisa dengan metode *Path Analysis*.

Setelah operasionalisasi variabel dan menyusun instrumen (kuesioner), maka dilakukan uji validitas beserta reliabilitas, apabila sudah dinyatakan akurat dan dapat dipercaya kemudian dilakukan pengumpulan data, jika tidak valid maka kembali ke operasionalisasi variabel. Langkah paling akhir yaitu ditentukan kesimpulannya dan menginterpretasikannya.

## 1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam Penelitian dilaksanakan pada Dusun Kramatjaya RT/RW 008/003 Desa Telukbango Kec.Batujaya Kab.Karawang 41354

### 3.2.2 Waktu Penelitian

Pelaksanaan riset adalah dimulai pada Oktober 2021 hingga Maret 2022 dengan jadwal kegiatan:



Tabel 3.1

Jadwal Penelitian

	Kegiatan	Okt 2021	Nov 2021	Des 2021	Jan 2022	Feb 2022	Mar 2022
1	Penulisan proposal	■					
2	Perbaikan Proposal		■				
3	Seminar Proposal			■			
4	Pengurusan Izin				■		
5	Pengumpulan Data dan Observasi					■	
6	Analisis Data						■
7	Penulisan Skripsi						
8	Perbaikan Skripsi						
9	Sidang						

Sumber: Hasil data diolah Peneliti (2022)

## 1.3 Definisi Operasional Variabel

Pada riset yang dilaksanakan peneliti ada dua variabel independen (variabel X) sebagai pemberi pengaruh, sedangkan dependent variable (variabel Y) sebagai yang diberi pengaruh.

### 1.3.1 Definisi Konseptual

Diartikan sebagai definisi dari peneliti mengenai setiap variable dalam riset berdasarkan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya oleh ahli dalam bidang yang terkait.

#### 1.3.1.1 Definisi Konseptual Harga

Dijelaskan harga sebagai nilai manfaat yang bisa diperoleh dari barang setelah ditukarkan dengan uang sebagai balas jasa atas manfaat yang diberikan oleh produk

#### 1.3.1.2 Definisi Konseptual Kualitas Produk

Didefinisikan kualitas produk sebagai unsur terpenting dari perusahaan dalam menentukan pilihan konsumen untuk mencukupi keperluan mereka.

#### 1.3.1.3 Definisi Konseptual Kepuasan Konsumen

Diartikan kepuasan konsumen ialah besarnya perasaan pelanggan setelah memakai atau memanfaatkan jasa ataupun produk serta sebanding terhadap apa yang mereka harapkan

#### 1.3.1.4 Definisi Operasional Kualitas Produk

Keunggulan manfaat suatu produk dari TB Padi Jaya yang dapat dipejualkan pada pelanggan sehingga terpenuhi kebutuhan mereka. Pengukuran kualitas ini bisa menerapkan skala linkert dengan kriteria ( 1= Sangat buruk; 2=buruk ; 3=sedang ; 4=baik ; 5 sangat baik).

#### 1.3.1.5 Definisi Operasional Harga

Secara umum harga ialah manfaat barang yang dapat dinilai berdasarkan uang sebagaimana ditentukan oleh TB Padi Jaya sebagai imbalan produk beras yang diperdagangkan. Cara mengukur harga dalam operasional menggunakan skala likert dengan mengukur suatu nilai dari mulai terendah 1 dan tertinggi 5. ( 1= sangat tidak sesuai; 2= Tidak sesuai; 3= Cukup sesuai; 4= sesuai; 5 sangat sesuai).

### 1.3.1.6 Definisi Operasional Kepuasan Konsumen

Perasaan emosional baik bahagia ataupun kecewa yang konsumen rasakan setelah melihat perbandingan produk ekspektasi dengan produk yang diperoleh. Cara mengukur kepuasan konsumen daya tarik iklan dalam operasional menggunakan skala likert dengan mengukur suatu nilai dari mulai terendah 1 dan tertinggi 5. ( 1= sangat tidak puas; 2= tidak puas; 3= cukup puas; 4= puas; 5 sangat puas).

Secara lebih spesifik operasionalisasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.2

#### Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item	
Kualitas Produk (X1) *	Kemampuan produk tertentu dalam menghasilkan keunggulan yang sesuai maupun diatas harapan konsumen  <b>Kotler dan Keller (2012:143)</b>	Mutu kinerja (Performance)	Kualitas yang diberikan sesuai yang diberikan	Ordinal	1	
			Kualitas yang diberikan layak untuk dikonsumsi			Ordinal
		Keistimewaan (Features)	Bentuk yang tidak rusak	Ordinal	3	
			Warna yang kusam			Ordinal
		Keandalan (Reliability)	Keandalan (Reliability)	Kualitas yang tidak mudah rusak atau cacat	Ordinal	5
				memiliki kualitas tekstur yang kering		
		Daya tahan (Durability)	Daya tahan (Durability)	Umur teknis	Ordinal	7
				umur ekonomis pengguna		

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
		Mutu kesesuaian (Conformance quality)	pengawasan kualitas	Ordinal	9
			desain	Ordinal	10
		Gaya (style)	Pertimbangan pribadi	Ordinal	11
			refleksi atau pilihan individual	Ordinal	12
Harga (X2)**	Harga ialah nilai tertentu yang konsumen harus tukarkan agar dapat memperoleh manfaat suatu jasa ataupun produk sehingga memungkinkan adanya laba yang bisa diperoleh perusahaan  <b>Kotler dan Armstrong (2012:52)</b>	Keterjangkauan harga	Harga yang ditawarkan sudah terjangkau	Ordinal	1,2,3
			Penawaran harga yang beragam	Ordinal	4
		Kualitas dan harga sesuai	Penawaran harga sebanding terhadap kualitas yang ditawarkan	Ordinal	5
			Penawaran harga sejalan terhadap kualitas yang diinginkan	Ordinal	6
		Daya saing harga	Harga yang diberikan lebih murah dari pesaing	Ordinal	7,8,9
			harga yang ditawarkan sering memberikan potongan harga saat melakukan pembelian pada produk tersebut	Ordinal	10
	Manfaat dan harga sejalan	Ordinal	11		

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Sesuai terhadap pelayanan diberikan	Ordinal	12
Kepuasan Konsumen (Y)***	Kondisi hati yang bahagia ataupun kecewa setelah melihat perbandingan antara kualitas yang diharapkan dengan fakta yang didapatkan <b>Kotler dan Keller (2012:117)</b>	Kesesuaian harapan	Produk yang disesuaikan atau melebihi dengan yang di harapkan	Ordinal	1
			Harga sesuai yang di harapkan	Ordinal	2
			Pelayanan oleh perusahaan yang di peroleh sesuai dengan maupun lebih dari harapan	Ordinal	3
		Minat berkunjung kembali	Ingin melakukan pengunjungan kembali setelah puas dengan layanan yang didapatkan	Ordinal	4
			Ingin melakukan pengunjungan kembali setelah puas dengan manfaat serta nilai yang didapatkan dari produk	Ordinal	5,6
		Kesediaan merekomendasi	Memberikan saran pada orang terdekat untuk memiliki produk sama dengannya disebabkan memperoleh pelayanan baik	Ordinal	7,8
Memberikan saran pada orang terdekat untuk memiliki produk	Ordinal		9,10		

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
			sama dengannya disebabkan kualitas produk memuaskan		
			Memberikan saran pada orang terdekat untuk memiliki produk sama dengannya disebabkan manfaat serta nilai sesuai harapan	Ordinal	11,1 2

Sumber : Kotler dan Keller (2012:143)\*, Kotler dan Armstrong (2012:52)\*\*,  
Kotler dan Keller (2012:117)\*\*\*

#### 1.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Merujuk pada Tabel 3.3 tersebut, penulis membutuhkan objek untuk memecahkan masalah. Melalui penentuan populasi, seorang peneliti bisa mengelola data, serta memudahkan analisisnya, penulis mengacu pada jumlah dan karakteristik sebagian dari populasi sebagai sampel. Sampel memudahkan peneliti dalam mengolah data dan meningkatkan keandalan hasil yang diperoleh. Teknik pengambilan sampel, di sisi lain adalah metode menentukan jumlah sampel yang harus digunakan.

##### 1.4.1 Populasi Penelitian

Sugiyono (2017:80) menjelaskan populasi “suatu wilayah generalisasi yang luas dari objek/subyek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang peneliti tentukan untuk penelitian dan menarik kesimpulan”. Populasi dalam riset ini adalah konsumen perorangan yang membeli beras secara langsung kepada TB Padi Jaya pada bulan Agustus 2021 terdapat 410 populasi.

**Tabel 3.3**

Pembagian Status Ekonomi Konsumen TB Padi Jaya Menurut BPS Tahun 2008  
Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Status Ekonomi	Pendapatan perbulan	Konsumen langsung
Sangat Tinggi	>3.5 juta	52
Tinggi	2.5 – 3.5 juta	90
Sedang	2.5 – 1.5 juta	156
Rendah	<1.5 juta	112
Total		410

Sumber : Dianalisis, 2021

#### 1.4.2 Sampel Penelitian

Sebagaimana Sugiyono (2017:81) menunjukkan bahwa sampel ialah " kuantitas atau bagian suatu ciri yang menjadi milik dari Apa yang telah kita pelajari dari sampel adalah bahwa pengambilan sampel haruslah dapat mewakili populasi keseluruhan, karena kesimpulannya dapat diterapkan pada populasi. Sehingga kuantitas sampel yang peneliti tetapkan yaitu:

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai kritis ( batas akurasi)

sehingga dalam rumus akan mendapatkan jumlah sampel :

$$n = \frac{410}{1 + 410(0,05)^2}$$

$$n = 202 \text{ konsumen}$$

Dalam mengetahui tingkat ke validitasan sampel, sehingga menggunakan tingkat eror yaitu maksimal 5%. Kuantitas sampelnya adalah sebesar 202 yang merupakan pelanggan TB Padi Jaya

#### 1.4.3 Teknik Sampling

Sugiyono menjelaskan (2017: 81), metode pengambilan sampel merupakan teknik untuk menetapkan kuantitas yang sesuai untuk sampel bagi pelaksanaan riset peneliti

Peneliti menerapkan teknik sampel acak berdasarkan strata populasi. Strata maksudnya yaitu konsumen TB Padi Jaya yang berdasarkan status

ekonomi yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, dan rendah. Kriteria status ekonomi ditentukan menurut BPS pada tahun 2008. Dilandaskan pada tahapan berikut ini:

1. Mengidentifikasi status ekonomi populasi yaitu konsumen beras di TB Padi Jaya pada bulan Agustus 2021.
2. Mengelompokkan populasi berdasarkan status ekonominya.
3. Menentukan ukuran sampel pada setiap strata.
4. Menentukan siapa yang akan dijadikan sampel pada setiap strata dengan cara mengocoknya seperti metode *Simple Random Sampling* pada setiap strata Rumus alokasi *proporsional* :

$$n_i = N_i/N \times n$$

Dimana :

$n_i$  = jumlah anggota sampel menurut stratum

$n$  = jumlah anggota sampel seluruhnya

$N_i$  = jumlah anggota populasi menurut stratum

$N$  = jumlah anggota populasi seluruhnya

Tabel 3.4

Sebaran sampel berdasarkan *Stratified Random Sampling*

Status Ekonomi	Pendapatan Perbulan	Konsumen Langsung	Rumus <i>Proporsional</i>	Jumlah Sampel
Sangat Tinggi	>3,5 juta	52	$(52/410)*202$	26
Tinggi	2,5 – 3,5 juta	90	$(90/410)*202$	44
Sedang	2,5 – 1,5 juta	156	$(156/410)*202$	77
Rendah	<1,5 juta	112	$(112/410)*202$	55
Total		410		202

Sumber : Dinalisis 2021

Berdasarkan perhitungan, maka jumlah responden untuk dijadikan sebagai sampel yaitu sebanyak 202 responden.

### 1.5 Pengumpulan Data Penelitian

Mengumpulkan data penelitian adalah langkah terpenting untuk mendapatkan jawaban dari riset yang dilakukan. Melalui hal ini akan terlihat

metode dalam mengumpulkan data, sumber informasinya, serta penggunaan instrumen.

### 1.5.1 Sumber Data Penelitian

Informasi yang menjelaskan keadaan serta status dalam organisasi tertentu disebut dengan data internal. Data yang peneliti gunakan mencakup identitas konsumen beras TB Padi Jaya. dalam melakukan riset peneliti mendapatkan dua jenis data yakni primer dengan sekunder.

#### 1. Data primer

Jenis data ini bisa didapatkan langsung melalui sumber aslinya dengan penyebaran survei. Dalam hal ini survei akan dibagikan kepada responden, konsumen TB Padi Jaya. Survey yang disampaikan kepada responden terdiri dari beberapa pernyataan tentang kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan.

#### 2. Data Sekunder

Sedangkan informasi yang didapatkan melalui dokumen, publikasi, maupun hasil riset sebelumnya disebut dengan data sekunder. Sehingga, peneliti dapat melengkapi atau mendukung data primer dengan mengumpulkan data (studi kepustakaan), yaitu dengan menelusuri buku-buku (*literatur*) tentang masalah penelitian.

### 1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Dijelaskan oleh Noor (2011: 138), yaitu tujuan dari penghimpunan data yaitu mendapatkan informasi pendukung untuk membenarkan atau tidak menyetujui hipotesis. Diantara teknik dalam mengumpulkan data tersebut yaitu:

#### 1. Studi Pustaka

Melalui kajian terhadap buku, artikel, naskah, dan literatur dari media internet tentang suatu permasalahan.

#### 2. Pengumpulan informasi

Penggunaan teknik ini adalah dalam rangka menghimpun data melalui survey ke lokasi dan subjek riset dengan beberapa langkah, antara lain:

##### 1) Wawancara

Bagaimana mengumpulkan data melalui tanya jawab lisan kepada orang yang diwawancarai, yaitu pelanggan TB Padi Jaya

2) Observasi

Penulis melakukan observasi langsung terhadap pengguna TB Padi Jaya  
Observasi metode pengumpulan data

3) Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang menyajikan kepada responden serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Tergantung pada kebutuhan survei, pembuat kuesioner semi terbuka dan skala nominal membuat kuesioner. Dalam hal ini, survei disebarkan kepada responden, konsumen TB Padi Jaya. Survei yang disampaikan kepada responden terdiri dari beberapa pernyataan tentang kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan. Sebagai aturan, penelitian perlu diukur, sehingga alat diperlukan.

### 1.5.3 Instrumen Penelitian

Sebagai aturan, penelitian perlu diukur, sehingga diperlukan alat pengukur yang baik. Alat ukur survey disebut alat survey. Menurut Sugiyono (2010:121), pengujian instrumen merupakan bagian yang sangat penting karena instrumen yang tepat memberikan data yang akurat dan data yang akurat memberikan hasil penelitian yang dapat ditelusuri. Secara khusus, fenomena ini disebut variabel. Variabel survei adalah konsep utama survei yang diselidiki. Variabel tersebut kemudian harus disederhanakan menjadi subvariabel atau dimensi kajian sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian. Dalam melakukan penelitian Instrumen yang digunakan adalah menggunakan skala Likert guna untuk menghasilkan data yang akurat. Sugiyono (2017: 134) “Skala Likert biasa digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok orang tentang fenomena sosial,”

#### 1.5.3.1 Uji Validitas

Ghozali dari Vina Agustiana (2012). Uji validitas berguna untuk memeriksa apakah survei adalah valid. Suatu angket dikatakan valid jika pertanyaan dalam angket tersebut dapat mengatakan sesuatu yang diukur oleh

angket tersebut. Meteran yang valid berarti peneliti dapat menggunakan meteran untuk mengukur apa yang peneliti ukur. Tingkat validitas ditentukan oleh angka yang disebut faktor validitas. Validitas ditentukan dengan membandingkan  $r$  hitung dan  $r$  tabel dengan keputusan.

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dinyatakan valid
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dinyatakan tidak valid

### 1.5.3.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali dalam Vina Agustiana (2012), Uji reliabilitas adalah uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui seberapa reliabel suatu alat ukur. Keandalan mengacu pada sejauh mana meter konsisten ketika pengukuran diulang pada sampel yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach alpha* ( $\alpha$ ) dengan SPSS (*Statistical Program Science Social*). Jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,06$ , maka instrumen tersebut reliabel.

## 1.6 Analisis Data

### 1.6.1 Rancangan Analisis

#### 1.6.1.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu metode pengumpulan untuk memperoleh materi teoritis yang dapat digunakan sebagai dasar penilaian masalah. Melalui penelitian ini, penulis mempelajari buku-buku dan lain-lain yang secara langsung atau tidak langsung berhubungan dengan topik yang dibahas. Metode deskriptif yang memberikan informasi tentang data yang disimpan dan tidak termasuk pengujian hipotesis.

#### 3.6.1.1.1 Analisis Rentang Skala

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari hasil survei yang diperoleh dari hasil pengukuran dianalisis menggunakan alat skala likert. Formulasi Analisis Rentang Skala :

$$\text{Rentang Skala} = \frac{n(m - 1)}{m}$$

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skala} &= \frac{202(5 - 1)}{5} \\ &= 161,6 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah Alternatif Jawaban (skor=5)

Jumlah sampel sebanyak 202 orang. Instrumen menggunakan skala *likert* pada skala terendah 1 dan skala tertinggi 5. Maka perhitungan skala untuk penilaian tiap kriteria adalah sebagai berikut:

Skala Terendah = Skor Terendah x Jumlah Sampel (n)

$$= 1 \times 202 = 202$$

Skala Tertinggi = Skor Tertinggi x Jumlah Sampel (n)

$$= 5 \times 202 = 1010$$

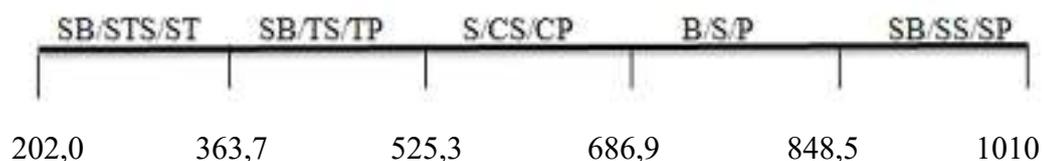
Tabel 3.5  
Analisis Rentang Skala

Skala Skor	Rentang Skala	Deskripsi Skor		
		Kualitas Produk	Harga	Kepuasan Konsumen
1	202,0 – 363,6	Sangat Buruk	Sangat Tidak Sesuai	Sangat Tidak Puas
2	363,7 – 525,2	Buruk	Tidak Sesuai	Tidak Puas
3	525,3 – 686,8	Sedang	Cukup Sesuai	Cukup Puas
4	686,9 – 848,4	Baik	Sesuai	Puas
5	848,5 – 1010	Sangat Baik	Sangat Sesuai	Sangat Puas

Sumber : Sugiyono (2012:93)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat dinilai rentang skala yang selanjutnya dapat dipakai untuk memprediksi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen beras TB Padi Jaya.

Rentang skala di atas dapat digambarkan melalui bar skala atau *Bar Scale*.



Gambar 3.2  
*Bar Scale*  
 Sumber : Sugiyono (2012:95)

### 1.6.2 Analisis Verifikatif

Dalam penelitian ini, analisis verifikatif bertujuan untuk mengetahui temuan terkait dampak atau besarnya dampak kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen TB Padi Jaya. Peneliti dapat menggunakan metode ini untuk melihat bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Analisis verifikatif terdiri dari analisis korelasi dan analisis jalur. Sebelum menganalisis korelasi, disarankan untuk menganalisis transformasi data menggunakan metode MSI (metode interval) dan mengubahnya ke bentuk lain menggunakan bentuk perangkat lunak SPSS versi 25.

#### 1.6.2.1 Transformasi Data

Transformasi data berasal dari kata *transform* yang memiliki arti merubah bentuk data dari bentuk asli ke dalam bentuk lain tanpa terkecuali merubah datanya. Tipe data tersebut biasanya digunakan dalam analisis jalur. Jenis data ini mencerminkan perubahan sebelumnya yang berasal dari konsep yang diubah dan dapat diukur. Untuk analisis statistik, khususnya statistik pramometrik yaitu statistik. Statistik yang bergantung pada distribusi tertentu dan memaksakan kondisi tertentu pada parameter populasi seperti uji hipotesis dan estimasi parameter memerlukan skala pengukuran setidaknya satu interval. Data survei, di sisi lain, diambil dari data yang menyediakan skala pengukuran, seperti skala Likert. Selanjutnya, Anda perlu mengubahnya menjadi skala interval menggunakan tes MSI (*Method of Interval*). Analisis jalur di dalamnya membutuhkan perhitungan yang sistematis. Oleh karena itu, skala pengukuran data yang diperlukan setidaknya skala interval.

#### 1.6.2.2 Uji Normalitas Data

Menurut Husen Umar (2014:181) “Uji normalitas memberitahu apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi normal atau mendekati normal. Digunakan untuk. “Statistik dilakukan untuk menguji apakah

data berdistribusi normal. menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka residual berdistribusi normal (Imam Ghozali 2011: 160-165)

1. Jika signifikansi ( $\text{sig}$ )  $>$  0,05 maka  $H_0$  data terdistribusi normal.
2. Jika signifikansi ( $\text{sig}$ )  $<$  0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut: Jika distribusi data variabel tidak berdistribusi normal, maka data penyebab anomali data harus dikeluarkan

### 3.6.2.3 Analisis path

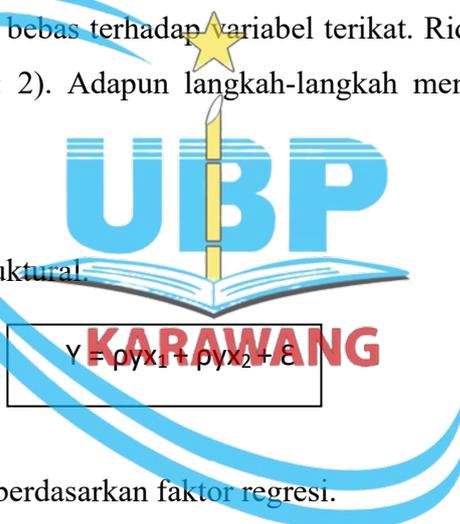
Teknik analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk memahami pengaruh langsung atau tidak langsung dari sekumpulan variabel bebas terhadap variabel terikat. Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro (2014: 2). Adapun langkah-langkah menguji analisis jalur adalah sebagai berikut:

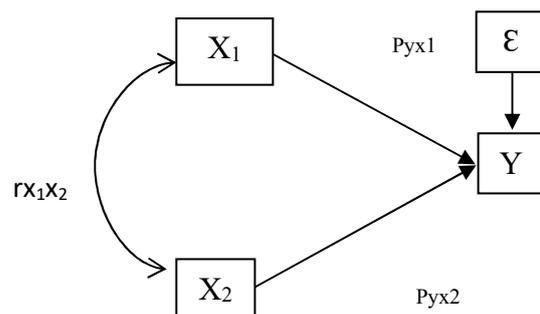
1. Buatlah hipotesis
2. Buat persamaan struktural.
3. Hitung faktor jalur berdasarkan faktor regresi.
4. Diagram jalur yang lengkap dengan gambar, serta struktur dari parsial, serta rumusan dari persamaan struktural sesuai dengan hipotesis diajukan.
5. Hitung koefisien regresi dari struktur yang dirumuskan dengan menggunakan beberapa persamaan regresi.
6. Sekaligus (keseluruhan) hitung koefisien jalur dengan uji keseluruhan dari hipotesis statistik yang dirumuskan sebagai berikut.

$$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_1} = 0$$

$$H_a : \rho_{YX_2} = \rho_{YX_2} \neq 0$$

Adapun rancangan analisis untuk penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.3 dibawah ini :





**Gambar 3.3**

Analisis Jalur

Sumber: Sugiyono (2014:156)

Persamaan analisis jalur, sebagai berikut:

$$Y = \rho_{yx1} + \rho_{yx2} + \varepsilon$$

Dengan demikian besarnya pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dapat dinyatakan dengan rincian sebagai berikut:

1. Hubungan antara kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ )  
Hubungan antara  $X_1$  dan  $X_2$  :  $r_{x_1x_2}$
2. Kepuasan konsumen ( $Y$ ) dipengaruhi oleh kualitas produk ( $X_1$ )  
Pengaruh langsung dari  $X_1$  ke  $Y$  :  $\rho_{yx1} \cdot \rho_{yx2}$   
Pengaruh tidak langsung melalui  $X_2$  :  $\rho_{yx1} \cdot \rho_{x_2x_1} \cdot \rho_{yx2}$
3. Kepuasan konsumen ( $Y$ ) dipengaruhi oleh harga ( $X_2$ )  
Pengaruh langsung dari  $X_2$  ke  $Y$  :  $\rho_{yx2} \cdot \rho_{yx1}$   
Pengaruh tidak langsung melalui  $X_1$  :  $\rho_{yx2} \cdot \rho_{x_2x_1} \cdot \rho_{yx1}$

Dimana

$X_1$  : Kualitas Produk

$X_2$  : Harga

$Y$  : Kepuasan Konsumen

$\varepsilon$  : variabel lain yang tidak diukur, tetapi mempengaruhi  $Y$

$\rho_{yx1}$  : Koefesien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung  $X_1$  terhadap  $Y$

$py_{X_2}$  : Koefesien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung  $X_2$  terhadap Y

$Py_{X_1}, Py_{X_2}$  : koefesien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Y

$rx_{1X_2}$  : korelasi  $X_1$  dan  $X_2$

#### 1.6.2.4 Analisis Korelasi

Analisis korelasi masalah bertujuan untuk mengetahui hubungan yang erat antara kualitas produk dan harga Beras TB Padi Jaya dengan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini menggunakan Analisis *Correlated Product Moment*, salah satu pendekatan untuk menentukan keeratan antara satu variabel dengan variabel lainnya adalah :

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

Dimana :

r = koefisien korelasi

X = variabel bebas (*independent*)

Y = variabel terikat (*dependent*)

n = jumlah sampel

Sumber : Sugiyono (2014:213)

Keputusan tercantum terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada Tabel 3.6.

**Tabel 3.6**

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	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

Sumber : Sugiyono (2014:216)

### 1.6.3 Uji Hipotesis

#### 1.6.3.1 Uji t

Uji-t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel (Santoso Slamet 2013: 136). Uji parsial digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Kriteria dari pengujian t sebagai berikut :

1. Apabila  $t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  di tolak
2. Apabila  $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima

#### 1.6.3.2 Uji F

Menurut Mulyono (2018:113), uji model f digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Jika F-hitung lebih besar dari F-tabel pada tabel, hipotesis alternatif menyatakan bahwa semua variabel independen berpengaruh besar terhadap variabel dependen secara bersamaan. Kriteria pengujian hipotesis:

1. Untuk  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya masing – masing variabel independen secara bersama – sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Untuk  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

#### 1.6.3.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur dan menunjukkan seberapa besar memiliki kemampuan untuk menjelaskan variasi variabel terikat (Sugiyono, 2011). Nilai koefisien determinasi adalah , yaitu antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  adalah , yang lebih kecil dari . Artinya variabel bebas dari dapat menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti peneliti perlu memprediksi variasi dari variabel terikat. Secara umum koefisien determinasi dari data silang (*crosssection*) relatif rendah. Data deret waktu biasanya memiliki

koefisien determinasi yang tinggi, sedangkan untuk mengukur besarnya variasi antar pengamatan individu (Ghozali, 2012: 97) Untuk mengetahui apakah variabel bebasnya adalah dari Variabel terikat adalah koefisien tekad.

