

BAB.III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan Sugiyono (2013). Adapun analisisnya menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif.

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, aktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Sedangkan metode verifikatif yaitu metode yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan perhitungan statistik. Sehingga dalam penelitian ini akan mencoba menggambarkan tentang variabel kualitas produk dan harga sebagai variabel bebasnya dan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel terikatnya. Selanjutnya penelitian skripsi ini akan dilakukan pengujian terhadap hubungan dan pengaruh antara variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dan hasilnya akan dirangkum dalam kesimpulan.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

3.2.1 Waktu

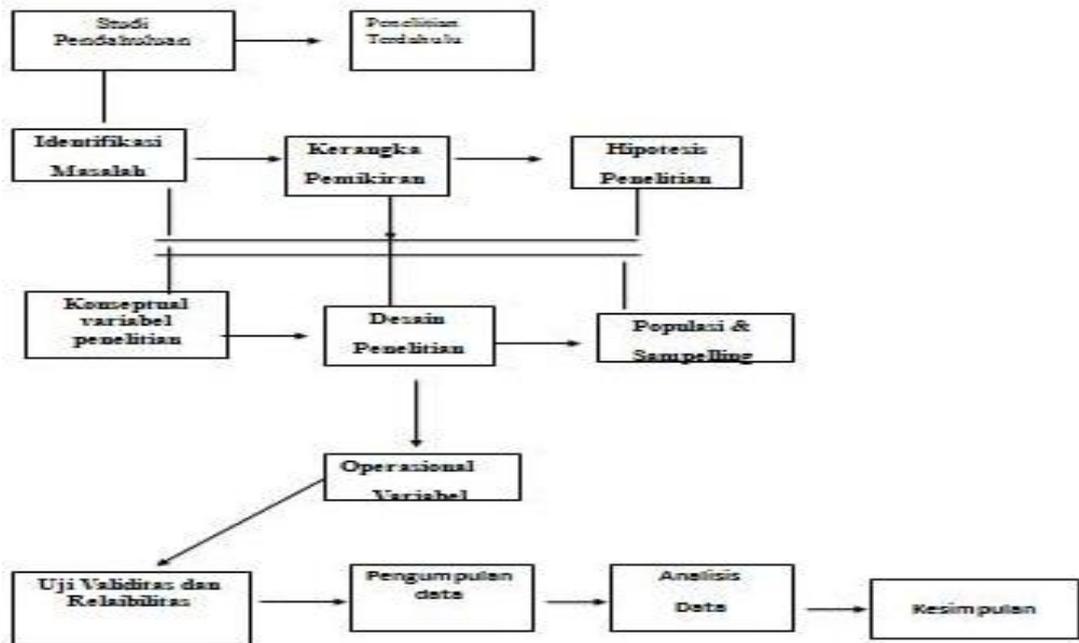
Waktu penelitian dimulai pada bulan Januari 2018 s/d Juni 2019 . penelitian ini dilaksanakan di roti El-Bakery khususnya di koperasi – koperasi karyawan di Kabupaten Karawang.

3.2.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di perusahaan roti El-Bakery yang beralamat di perum D'Parahiyangan Desa Wadas Kecamatan Telukjambe Timur Kabupaten Karawang.

3.3 Desain Penelitian

Peneliti merancang segala proses yang akan dilakukan melalui tahapan – tahapan seperti dibawah ini:



Sumber : Buku Pedoman Tugas Akhir Mahasiswa Program Studi Manajemen

Tahapan – tahapan dalam desain penelitian. Tahapan pertama yang dilakukan adalah studi pendahuluan pada objek penelitian pada pelanggan roti El-Bakery, yang kedua adalah dilakukan identifikasi masalah merupakan dasar dalam membuat suatu kerangka pemikiran yang selanjutnya menentukan hipotesis. Setelah tahapan tersebut dibuatlah suatu desain penelitian sebagai kerangka untuk penelitian, kemudian, perlu melakukan konseptualisasi variabel agar variabel – variabel tersebut dapat di dedikasikan pada operasional variabe.

Setelah desain penelitian tersebut dibuat, perlu juga menentukan populasi dan kemudian mengambil sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini. Dari jumlah sampel yang telah didapat dari responden untuk kemudian dikumpulkan dan dianalisis melalui Path Analisis atau Analisis Jalur. Setelah itu melakukan uji validitas terlebih dahulu, bila valid maka data tersebut dapat dianalisis, sedangkan jika tidak valid bisa dipertimbangkan kembali apakah akan tetap diikutkan dalam analisis atau kembali merujuk pada definisi variabel penelitian secara operasional, lalu mengumpulkan data – data yang diperoleh dari responden dan tahap terakhir adalah melakukan analisis data sehingga penulis dapat menarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut.

3.4 Definisi Dan Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono dalam (2013:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu dua variabel bebas (X_1 dan X_2) dan satu variabel terikat (Y). Dalam hal ini variabel X_1 adalah kualitas produk dan variabel X_2 adalah harga merupakan variabel yang mempengaruhi variabel Y yaitu kepuasan konsumen roti El-Bakery Karawang. Dalam penelitian ini akan dijelaskan variabel utama yang akan digunakan dalam penelitian, sub variabel dan indikator yang dijadikan bahan pengukuran sebagai berikut:

3.4.1 Definisi Konseptual

Konseptual variabel adalah penarikan batasan yang menjelaskan suatu konsep secara singkat, jelas, dan tegas. Dari pengertian tersebut dapat dijelaskan secara luas bahwa definisi konseptual merupakan batasan terhadap masalah-masalah variabel yang dijadikan pedoman dalam penelitian sehingga akan memudahkan dalam mengoperasikannya di lapangan. Untuk memahami dan memudahkan dalam menafsirkan banyak teori yang ada dalam penelitian ini, maka akan ditentukan beberapa definisi konseptual yang berhubungan dengan yang akan diteliti, antara lain:

3.4.1.1 Definisi Konseptual Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller terjemahan Bob Sabran (2012:121) dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan tersebut diantaranya keawetan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian serta atribut bernilai lainnya. Dalam pengertian lain bahwa kualitas produk merupakan bagaimana menggambarkan produk tersebut dapat memberikan sesuatu yang dapat memuaskan konsumen.

3.4.1.2 Definisi Konseptual Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2012 : 314) dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Demikian juga sebaliknya pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang atau jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan. Seringkali pula dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi. Dalam hal ini, Harga diartikan sebagai jumlah uang yang harus kita keluarkan untuk memperoleh sesuatu yang kita inginkan.

3.4.1.3 Definisi Konseptual Kepuasan Konsumen

Tjiptono (2012:146) dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu pemenuhan harapan. Konsumen dapat dikatakan puas dengan produk maupun pelayanan yang perusahaan berikan apabila harapan konsumen akan produk/pelayanan yang perusahaan berikan tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka. Dalam industri produk/jasa, kepuasan konsumen diukur dengan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan keseluruhan pengalaman dengan perusahaan. Dengan kata lain, kepuasan konsumen dapat diukur dengan tingkatannya berdasarkan keseluruhan pengalaman yang dirasakan para konsumen selama pemakaian produk/jasa sehingga akan menimbulkan rasa minat pembelian ulang terhadap produk/jasa yang ditawarkan.

3.4.2 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono dalam (2012:31) definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik.

3.4.2.1 Definisi Operasional Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan bagaimana menggambarkan produk tersebut dapat memberikan sesuatu yang dapat memuaskan konsumen. Kualitas produk (X_1) yang diukur melalui indikator-indikator menurut David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono (2016: 134) sebagai berikut:

- 1) Kinerja
- 2) *Fitur* Produk
- 3) Keandalan Produk
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi
- 5) Estetika
- 6) Kualitas yang dipersepsikan

Diuraikan dalam skore jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuisisioner yang terdiri dari 5 = sangat setuju (SS), 4 = setuju (S), 3 = cukup setuju (CS), 2 = tidak setuju (TS), 1 = sangat tidak setuju (STS).

3.4.2.2 Definisi Operasional Harga

Harga merupakan salah satu dan satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau laba bagi El-Bakery Karawang. Harga (X_2) yang diukur melalui indikator-indikator menurut Menurut Kotler dan Amstrong (2012: 314) sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Diuraikan dalam skore jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuisisioner yang terdiri dari 5 = sangat setuju (SS), 4 = setuju (S), 3 = cukup setuju (CS), 2 = tidak setuju (TS), 1 = sangat tidak setuju (STS).

3.4.2.3 Definisi Operasional Kepuasan Konsume

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen atas pengalaman yang didapat dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harapan keinginan dan kebutuhan dapat dipenuhi. Adapun indikator variabel kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2011:453-454) adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan konsumen secara keseluruhan
2. Konfirmasi harapan
3. Minat pembelian kembali
4. Ketersediaan untuk merekomendasikan

Diuraikan dalam skore jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuisioner yang terdiri dari 5 = sangat setuju (SS), 4 = setuju (S), 3 = cukup setuju (CS), 2 = tidak setuju (TS), 1 = sangat tidak setuju (STS).

3.5 Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian tersebut disebut instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena-fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik fenomena itu disebut variabel.

Variabel penelitian merupakan konsep utama dari kajian yang diteliti. Untuk lebih jelasnya maka variabel harus disederhanakan dalam sub variabel atau dimensi kajian yang sesuai teori yang digunakan dalam penelitian. Selanjutnya variabel harus dapat diukur dengan indikator-indikator agar dapat teridentifikasi lebih detail sesuai teori dan kajian lapangan.

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	No Item
Kualitas Produk (X ₁)*	Performance Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan memperoleh produk • Cita rasa Produk • Kesegaran produk • Berat roti 	• 1,2,3
	Fitur Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Kemasan • Keragaman/varian produk • Ciri khas produk 	• 4,5,6
	Keandalan Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Bahan Produk • Kualitas kemasan • Kehigienisan produk • Berat produk 	• 7,8,9,10
	Kesesuaian dengan spesifikasi	<ul style="list-style-type: none"> • Konsistensi rasa produk • Kesesuaian tampilan produk 	• 11, 12
	Estetika Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik produk • Daya tarik aroma/rasa 	• 13, 14,

Lanjutan Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

		produk	
	Kualitas yang dipersepsikan	<ul style="list-style-type: none"> • Ciri khas produk • Mutu produk secara visual • Mutu produk secara rasa 	• 15, 16
	Produk		
Variabel	Dimensi	Indikator	No Item
	Kejangkauan Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Harga roti terjangkau untuk konsumen • Harga roti yang ditetapkan El-Bakery murah • Tingkat kewajaran harga 	• 17
		• Harga sesuai dengan	• 18, 19, 20
Harga (X ₂)**	Kesesuaian Harga dengan kualitas produk	<ul style="list-style-type: none"> • rasanya • Harga sesuai dengan berat produk • Harga sesuai dengan mutu produk 	
	Daya Saing Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Harga tidak sebanding dengan produk • Harga yang ditetapkan mahal 	• 21, 22
	Kesesuaian Harga dengan manfaat	<ul style="list-style-type: none"> • Harga sesuai dengan keamanan produk • Harga produk memuaskan • hrg sesuai hrpn konsumen 	• 23, 24, 25
Kepuasan Konsumen (Y)***	Kepuasan konsumen secara keseluruhan	<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan menikmati produk • Kepuasan dengan harga produk • Kepuasan dengan rasa produk 	• 26, 27, 28
	Konfirmasi harapan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang baik • Produk sesuai dengan selera saya 	• 29, 30
	Minat pembelian kembali	<ul style="list-style-type: none"> • Berminat untuk membeli kembali karena produk yang disajikan memuaskan • Berminat untuk membeli kembali produk karena harga yang sebanding dengan rasa dan kualitas produk 	• 31,32,33
	Ketersediaan untuk	• Pembelian ulang	• 34,35,36,37

	merekomendasikan	<ul style="list-style-type: none"> • Referensi positif • Penolakan terhadap produk lain • Tidak terpengaruh daya tarik produk lain 	
--	------------------	---	--

Sumber : * (Fandy Tjiptono (2016:134), ** (Stanton dalam Widodo, 2016:30), *** (Tjiptono, 2011;453-454)

3.6 Sumber dan Cara Penentuan Data/Informasi

3.6.1 Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu :

- a. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah pemilik Perusahaan El-Bakery, karyawan El-Bakery dan konsumen.
- b. Sumber data skunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini, dokumentasi dan angket merupakan sumber data sekunder.

3.6.2 Cara Penentuan Data/Informasi

Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2010:115) adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Itulah definisi populasi dalam penelitian. Sedangkan menurut Azwar (2011: 77) sebagai suatu populasi, kelompok subjek ini harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik sama, yang membedakannya dari kelompok subjek lain.

Mengingat pelanggan tetap El- Bakery umumnya koperasi karyawan maka populasi dalam penelitian ini adalah anggota 7 (tujuh) koperasi karyawan perusahaan di Kabupaten Karawang. Dengan demikian populasi dalam penelitian

ini adalah jumlah konsumen roti El-Bakery di koperasi karyawan pada bulan Juli – Desember 2018 yang berjumlah 9.194 yang tersebar di 7 koperasi.

b. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2010: 116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel pada penelitian ini adalah para konsumen roti El-Bakery dan sampel yang akan diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representative atau dapat mewakili. Sedangkan menurut Azwar (2011: 79) bahwa sampel adalah sebagian dari populasi, tentulah ia harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya. Apakah suatu sampel merupakan representasi yang cocok bagi populasinya sangat tergantung pada sejauhmana karakteristik sampel sama dengan karakteristik populasinya. Dalam melakukan penelitian hal pertama yang dilakukan adalah menentukan sampel dengan menggunakan rumus Issac dan Michael (Sugiyono, 2015:67) untuk menentukan jumlah sampel, dengan rumus:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 \cdot (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dimana :

λ^2 = dengan dk = 1, taraf kesalahan bisa 1%, 5%, dan 10%

$P = Q = 0.1$ $d = 0.1$

s = jumlah sampel

Berdasarkan rumus tersebut dengan populasi 9.194 orang dalam 6 bulan terakhir pada tahun 2018 merupakan data dari roti El-Bakery dengan tingkat kesalahan 10% maka jumlah sampelnya adalah 263 orang konsumen.

c. Teknik Sampling

Teknik Sampling yaitu merupakan teknik pengambilan sampel. Terdapat berbagai macam teknik sampling untuk menentukan sampel yang akan

dipakai dalam penelitian. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *accidental* Sampling: Suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, jika dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok untuk dijadikan sebagai sumber data.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah :

- a. Angket (*Questionnaire*) cara pengumpulan data secara tertulis berupa sejumlah pertanyaan tertutup maupun terbuka yang diisi oleh responden. Berdasarkan pada isian tersebut, peneliti memperoleh informasi dari responden.
- b. Wawancara (*Interview*) pengumpulan data melalui pertanyaan yang diajukan secara lisan dan langsung yaitu dilakukan dengan bertatap muka sebagai data pendukung dalam penelitian ini.
- c. Studi pustaka dengan menggunakan buku dan mempelajari literatur yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

3.7.1 Instrument Penelitian

Instrumen penelitian alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian agar pekerjaannya menjadi lebih mudah dan baik, dalam arti lebih cermat, lengkap sistematis sehingga lebih mudah untuk diolah.

Instrumen penelitian menurut Sugiyono (2013: 146) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa instrumen merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data secara sistematis dan lebih mudah. Instrumen penelitian menempati posisi teramat penting dalam hal bagaimana dan apa yang harus dilakukan untuk memperoleh data di lapangan. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian digunakan adalah pedoman observasi, pedoman angket, serta pedoman dokumentasi.

a. Pedoman Angket

Alat bantu berupa pernyataan yang harus dijawab oleh responden yang digunakan untuk mengetahui skor kualitas produk, harga dan kepuasan

konsumen. Pada penyusunan angket peneliti membuat kisi-kisi dan pedoman penskoran. Instrumen angket merupakan instrumen utama dalam penelitian ini. Mengingat data penelitian merupakan aspek yang penting dalam penelitian, maka instrumen atau alat yang digunakan mengukur harus terpercaya.

Dalam penelitian ini untuk menganalisis data hasil survei yang berasal dari hasil pengukuran yaitu dengan menggunakan instrumen dari skala *likert*.

Tabel 3.3 Skala *Likert*

Kualitas Produk	Harga	Kepuasan Konsumen	Bobot Skor
Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	5
Setuju	Setuju	Setuju	4
Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2013)

b. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog, memberikan informasi dan keterangan yang dibutuhkan peneliti dengan responden untuk menggali informasi dari responden.

c. Pedoman *Literatur*/Studi Pustaka

Alat bantu yang digunakan peneliti ketika mengumpulkan data melalui studi pustaka tentang permasalahan yang di teliti. Tinjauan pustaka merupakan salah satu bagian penting yang tidak terpisahkan dari sebuah penelitian. Tinjauan pustaka ini memuat ulasan dan analisis terhadap berbagai literatur terkait yang telah dipublikasi sebelumnya.

3.7.2 Pengujian *Instrument* Penelitian

Dalam penelitian ini, karena penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif tentu menggunakan *instrumen* pengumpulan data (terutama kuesioner). Ada beberapa uji instrumen pengumpulan data, yaitu :

a. **Validitas *Instrument***

Menurut Sugiyono (2012: 121) semua item yang mencapai koefisien korelasi minimal atau di atas 0,30 maka item tersebut dinyatakan valid. Tetapi jika nilai korelasinya di bawah 0,30 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Karena pengujian validitas instrument ini menggunakan program SPSS ver. 16, maka teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) atau *Corrected Item-Total Correlation*.

b. Reliabilitas Instrument

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Ada beberapa metode pengujian reliabilitas diantaranya metode tes ulang, formula belah dua dari *Spearman-Brown*, Formula Rulon, Formula Flanagan, *Cronbach's Alpha*, Metode KR-20, KR-21, dan metode Anova Hoyt.

Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05, artinya *instrumen* dapat dikatakan *reliabel* bila nilai alpha lebih besar dari r kritis *product moment*. Atau kita bisa menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Menurut Sugiyono (2012), reliabilitas kurang dari 0,7 adalah kurang baik dan atau tidak reliabel, sedangkan di atas 0,7 dapat diterima dan atau reliabel. Dan dalam penelitian ini metoda pengujian reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* pada program SPSS ver. 16.

c. Transformasi Data

Mengingat analisis yang digunakan adalah analisis jalur, maka dipersyaratkan bahwa skala pengukuran yang dipakai sekurang-kurangnya adalah skala interval. Karena data yang diperoleh dari instrumen penelitian adalah data ordinal, maka untuk bisa melanjutkan proses analisis jalur, data dalam bentuk skala ordinal tersebut dinaikan (ditransformasikan) terlebih dahulu ke dalam skala interval menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Analisa jalur membutuhkan perhitungan matematis di dalamnya. Oleh karena itu skala pengukuran data yang dibutuhkan minimal berskala interval.

Mentransformasi data dari ordinal menjadi interval gunanya untuk memenuhi sebagian dari analisis parametric yang mana data setidaknya tidaknya berskala

interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (Metode of Successive Interval). Langkah – langkah menganalisis data dengan menggunakan metode of Successive Interval adalah sebagai berikut :

- 1) Menentukan frekuensi setiap responden yaitu banyaknya responden yang memberikan respon untuk masing – masing kategori yang ada.
- 2) Menentukan nilai proporsi setiap responden yaitu dengan membagi setiap bilangan pada frekuensi, dengan banyaknya responden keseluruhan.
- 3) Jumlahkan proporsi secara keseluruhan (setiap responden), sehingga diperoleh proporsi kumulatif.
- 4) Tentukan nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran proporsi kumulatif
- 5) Menghitung Skala Value (SV) untuk masing – masing responden dengan rumus: $SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ below\ lower\ limit) - (Area\ below\ lower\ limit)}$
- 6) Mengubah scale value (SV) terkecil menjadi sama dengan satu (1) dan mentransformasikan masing – masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh transformasi scale value (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :
Score (Nilai Interval) = Scale Value + min (Scale value) + 1
- 7) Kemudian lanjutkan dengan menyiapkan pasangan data dari variabel independen dan responden dari semua sampel penelitian untuk pengujian hipotesis.
- 8) Tentukan nilai transformasi dengan rumus :

$$Y = NS + k$$

$$K = 1 + NS \min$$

3.8 Rancangan Analisis dan Hipotesis

3.8.1 Analisis Rentang Skala

Formulasi Analisis Rentang Skala:

$$RS = \frac{n(m-1)}{M}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel,

m = jumlah Alternatif Jawaban (skor = 5)

Sehingga dalam penelitian ini rentang skalanya adalah:

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

$$\text{Rentang Skala} = \frac{263(5-1)}{5} = 210$$

Jumlah sampel sebanyak 263 orang. Instrumen menggunakan skala *likert* pada skala terendah 1 dan skala tertinggi 5. Maka perhitungan skala untuk penilaian tiap kriteria adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Skala Terendah} &= \text{Skor Terendah} \times \text{Jumlah Sampel (n)} \\ &= 1 \times (263) = 263 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skala Tertinggi} &= \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Sampel (n)} \\ &= 5 \times (263) = 1,315 \end{aligned}$$

Tabel 3.4 Analisis Rentang Skala

Skala Skor	Rentang Skala	Deskripsi Skor		
		Kualitas produk	Harga	Kepuasan Konsumen
1	263 – 473	Sangat Tidak Baik	Sangat Murah	Sangat Tidak Puas
2	474 – 683	Tidak Baik	Murah	Tidak Puas
3	684 – 893	Cukup Baik	Cukup Murah	Cukup Puas
4	892 – 1103	Baik	Mahal	Puas
5	1104 – 1313	Sangat Baik	Sangat Mahal	Sangat Puas

Sum ber: Hasil Analisis 2019

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat dinilai rentang skala yang selanjutnya dapat dipakai untuk memprediksi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen roti El-Bakery.

3.8.2 Analisis Verifikatif

Dalam penelitian ini analisis verifikatif bermaksud untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Roti El-Bakery Karawang. Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya dampak variabel *independent* mempengaruhi terhadap variabel *dependent*. Atau dengan kata lain pengujian ini bertujuan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis.

Uji Normalitas Data

Uji Normalitas data merupakan syarat yang harus dipenuhi oleh suatu sebaran data sebelum melakukan analisis regresi. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan model regresi yang baik. Uji normalitas yang dilakukan terhadap sampel dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan menetapkan tingkat signifikansi (α) sebesar 5 %. Uji ini dilakukan pada saat variabel dengan ketentuan bahwa jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara simultan variabel-variabel tersebut juga bisa dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Kriteria pengujian dengan melihat besaran *Kolmogorov-Smirnov Test* adalah sebagai berikut :

- a. Jika signifikansi $> 0,05$ maka, data tersebut berdistribusi normal
- b. Jika signifikansi $< 0,05$ maka, data tersebut tidak berdistribusi normal

3.8.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis statistik regresi merupakan salah satu jenis uji analisis atau uji asumsi statistik manakala penulis akan menggunakan jenis statistik parametrik. Dalam hal ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengukur apakah ketiga variabel yang dihubungkan itu berbentuk garis lurus atau linearitas dapat juga diartikan ada hubungan yang linier antar variabel. Artinya, setiap perubahan yang terjadi pada satu variabel akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel lainnya. Maka untuk mengetahui hal itu perlu diuji tingkat kelinieran antar variabel. Model regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Y' = nilai pengaruh yang diprediksikan

a = konstanta atau bilangan harga $X = 0$

b = koefisien regresi

X = nilai variabel dependen

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk dan harga , sedangkan variabel terikatnya yaitu Kepuasan konsumen. Metode analisis ini menggunakan program SPSS, Adapun bentuk persamaannya yaitu :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_3 + e$$

Y = Kepuasan Konsumen

- A = Konstanta
 B₁ = Koefisien Kualitas Produk
 B₂ = Koefisien Harga
 X₁ = Variabel Kualitas Produk
 X₂ = Variabel Harga
 E = Standar Error

Untuk menilai ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari nilai statistik T, nilai statistik F dan nilai koefisien determinasi

3.8.2.3 Koefisien Determinan (r^2)

Koefisien Determinan digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari variabel *independent* ke variabel *dependent*. Koefisien determinasi dilambangkan r^2 merupakan proporsi hubungan antara Y dan X. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 (nol) dan 1 (satu).

Nilai r^2 yang mendekati 0 (nol) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat kecil. Nilai r^2 mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel *dependent*. Rumus untuk menghitung koefisien determinan.

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

3.8.3 Uji Model

Asumsi analisis jalur mengikuti asumsi umum regresi linear, yaitu: Model regresi harus layak. Kelayakan ini diketahui jika angka signifikansi pada ANOVA sebesar < 0.05 .

1. Predictor yang digunakan sebagai variable bebas harus layak. Kelayakan ini diketahui jika angka *Standard Error of Estimate* $<$ *Standard Deviation*.
2. Koefesien regresi harus signifikan. Pengujian dilakukan dengan Uji T. Koefesien regresi signifikan jika T hitung $>$ T table (nilai kritis).
3. Tidak boleh terjadi multikolinieritas, artinya tidak boleh terjadi korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah antar variable bebas.
4. Tidak terjadi otokorelasi. Terjadi otokorelasi jika Dubin Watson sebesar < 1 dan > 3 .

3.8.4 Uji Hipotesis

3.8.4.1 Uji t (Parsial)

Uji signifikan parsial (uji t) atau individu digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat (Suharyadi dan Purwanto, 2011)

Adapun langkah untuk uji t atau uji parsial adalah :

- a. Perumusan hipotesis

$$H_0 = B_1 = 0 \quad H_a = B_1 \neq 0$$

$$H_0 = B_2 = 0 \quad H_a = B_2 \neq 0$$

- b. Menentukan daerah kritis

Daerah kritis ditentukan oleh nilai t-tabel dengan derajat bebas n-k dan taraf nyata α

- c. Menentukan nilai t-hitung

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2011) untuk menentukan nilai t- hitung maka dengan cara :

$$t\text{-hitung} = \frac{b-B}{Sb}$$

Dimana :

t-hitung = besarnya t-hitung

b = koefisien regresi

Sb = standar eror

- d. Menentukan daerah keputusan

- e. Daerah keputusan untuk menerima H_0 atau menerima H_a

- f. Memutuskan hipotesis

H_0 : Diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

H_a : Diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.8.4.2 Uji F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ berarti variabel cukup signifikan untuk menjelaskan variabel

dependen.

Untuk menentukan apakah H_0 diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} , kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh nyata.
- 2) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh nyata.

Dalam hal ini berlaku ketentuan sebagai berikut:

1) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada hubungan atau pengaruh nyata

2) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada hubungan atau pengaruh nyata.

Pengaruh

Uji hipotesis untuk mendeskripsikan kedua variabel secara statistik adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh parsial kualitas produk terhadap kepuasan

H_0 : $\rho_{yx1} = 0$ (tidak ada pengaruh)

H_1 : $\rho_{yx1} \neq 0$ (ada pengaruh)

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh parsial harga terhadap kepuasan konsumen Roti El-Bakery Karawang

H_0 : $\rho_{yx2} = 0$ (tidak ada pengaruh)

H_1 : $\rho_{yx2} \neq 0$ (ada pengaruh)

Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen roti El-Bakery Karawang

H_0 : $\rho_{yx1} = \rho_{yx2} = \rho_{yx3} = 0$ (tidak ada pengaruh)

H_1 : $\rho_{yx1} = \rho_{yx2} = \rho_{yx3} \neq 0$ (ada pengaruh).