

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang didasarkan pada filosofi positivisme. Metode ini digunakan untuk melakukan penelitian pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data yang dihasilkan bersifat kuantitatif atau statistik. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. (Sari *et al*, 2023).

Tujuan dari penggunaan metode penelitian kuantitatif dalam studi ini adalah untuk menganalisis pengaruh variabel independen, yang meliputi kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dengan teknik ini, kita dapat menguji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel-variabel independen tersebut terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. (Prianto, 2024).

3.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) objek penelitian merujuk pada target atau sasaran ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan dan memperoleh data tertentu mengenai suatu aspek yang objektif, dapat dipercaya, dan valid. Dalam

penelitian ini, fokus objek ditujukan pada dua variabel independen, yaitu kualitas produk dan harga, serta satu variabel dependen yang adalah kepuasan konsumen.

Tempat yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah Kedai Sekedar Teh, sebuah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner, khususnya minuman berbasis the. Kedai ini berlokasi di Jln. Abu Bakar Alun-Alun sebelah barat dan di depan SMKN 1 Lumajang , Kecamatan Lumajang, Kabupaten Lumajan. Kedai ini menawarkan berbagai variasi teh dengan cita rasa yang khas yang menjadi daya tarik utama bagi konsumennya. Penelitian ini berfokus pada dua variabel utama, yaitu kualitas produk dan harga serta dampaknya terhadap tingkat kepuasan konsumen. Kualitas produk dalam konteks ini mencakup aspek rasa, kebersihan, penyajian, serta konsistensi produk. Sementara itu, harga dianalisis berdasarkan keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas, serta daya saing dibandingkan dengan competitor. Kepuasan konsumen diukur dari pengalaman pelanggan terhadap kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh Kedai Sekedar Teh.

3.2.1 Jenis Data

Data primer adalah sumber data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Paramita dan Rizal, 2018:72). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil pengisian kuesioner oleh responden. Kuesioner berisi tentang faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sekedar tehe lumajang yang meliputi kualitas produk dan harga.

Data sekunder merupakan sumber yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dirilis untuk masyarakat pengguna data (Paramita dan Rizal, 2018:72). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku, jurnal, media internet dan literatur lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian

3.2.2 Sumber Data

Data internal adalah data yang berasal dari dalam suatu organisasi, sedangkan data eksternal adalah data yang berasal dari luar suatu organisasi (Paramita dan Rizal, 2018:72). Data internal yang digunakan dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui Kedai Sekedar Teh Lumajang. Sedangkan data eksternal yang dalam penelitian ini diperoleh melalui objek yaitu 90 konsumen yang telah membeli pada kedai sekedar teh Lumajang.

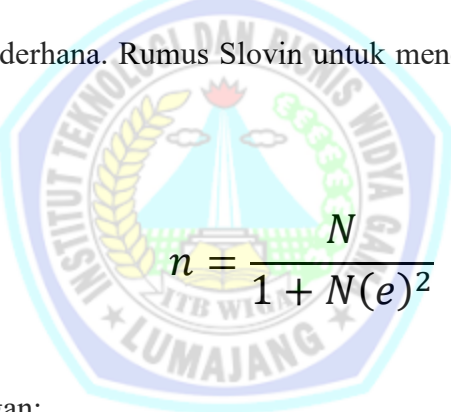
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Menurut Arikunto (2013) dalam Pratiwi et al., (2023) menyatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Kedai Sekedar Teh di Lumajang. Populasi ini dipilih karena mereka memiliki pengalaman pembelian langsung dan dapat menilai kualitas produk serta harga yang ditawarkan oleh kedai tersebut. Jumlah populasi pada penelitian ini mulai bulan Juni 2025-Juli 2025 sebanyak 1000 konsumen.

3.3.2 Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini Menurut Sugiyono (2016:80) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:



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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; $e=0,1$

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

$$n = \frac{1000}{1 + 1000(0.1)^2} = 90$$

Berdasarkan perhitungan slovin, maka jumlah responden pada penelitian ini adalah 90 responden.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Kriteria tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti (Suriani et al., 2023) Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah :

- a. Konsumen yang pernah melakukan pembelian di Kedai Sekedar Teh minimal dua kali.
- b. Konsumen yang bersedia memberikan informasi melalui pengisian kuesioner.

3.4 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis, guna mendapatkan informasi yang kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Penelitian ini memiliki tiga jenis variabel :

a. Variabel Independen

Variabel ini sering dikenal dengan istilah variabel stimulus, predictor atau antecedent. Variabel ini sering disebut juga sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan terjadinya

perubahan pada variabel dependen . variabel independen pada penelitian ini terdiri dari :

1) Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan elemen penting yang dapat menentukan daya saing suatu perusahaan di pasar dan memiliki peran dalam keputusan pembelian serta meningkatkan kepuasan konsumen. Kotler dan Amstrong 2013 dalam (Pratiwi et al., 2023) menyebutkan definisi dari kualitas produk sebagai kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk faktor – faktor seperti daya tahan, kenadalan, kemudahan pengoperasian, serta kesesuaian dengan spesifikasi yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut Tjiptono 2015 dalam (Rau, et al., 2024) yang menyatakan bahwa kualitas produk mencerminkan totalitas fitur dan karakteristik suatu barang atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan dimana produk dengan kualitas yang bagus akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendorong pembelian ulang. Beberapa indikator utama dalam kualitas produk yang sering kali digunakan dalam penelitian antara lain (Pradita, 2024).

2) Harga

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Harga suatu hal yang penting bagi pelanggan. Bagi sebagian pelanggan, dengan harga mereka memutuskan apa yang akan mereka beli, sedangkan yang lain lebih tertarik pada fitur produk, manfaat, dan citra yang melekat pada produk. Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan

kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan konsumen. Dengan demikian, dalam menetapkan harga, pemilik usaha harus menyesuaikan harga dengan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, pemilik usaha juga perlu membandingkan harga yang ditetapkan dengan harga produk atau jasa serupa yang diproduksi atau ditawarkan oleh pesaing. Hal ini dimaksudkan agar harga yang ditentukan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. (Gusti et al., 2023).

b. Variabel Dependen

Variabel ini dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Penelitian ini menggunakan variabel dependen yang dianalisis adalah kepuasan konsumen (Y) (Sugiyono, 2017).

3.4.2 Definisi Konseptual

a. Kualitas Poduk (X_1)

Menurut Tjiptono 2015 dalam (Rau, et al., 2024) yang menyatakan bahwa kualitas produk mencerminkan totalitas fitur dan karakteristik suatu barang atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan dimana produk dengan kualitas yang bagus akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendorong pembelian ulang.

b. Harga (X_2)

Menurut Kotler dan Keller (2014) dalam (Rizki & Prabowo , 2022), harga adalah satu – satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sementara unsur lainnya hanya memberikan biaya

bagi perusahaan. Kosumen cenderung melakukan perbandingan harga sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, terutama dalam kondisi persaingan yang ketat.

c. Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Tjiptono (2015) dalam (Pratiwi et al., 2023) mendefinisikan tentang kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan harapan dengan kenyataan dari suatu produk atau layanan yang dikonsumsi. Secara teori, konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa atau merek, kemungkinan besar akan terus membelinya dan memberitahukan kepada orang lain perihal tersebut

3.4.3 Definisi Operasional

a. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk adalah tingkat di mana suatu produk mampu memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, baik dari segi fungsi, daya tahan, keandalan, maupun tampilannya. Kualitas produk mencerminkan nilai atau keunggulan suatu barang yang dilihat dari seberapa baik produk tersebut dapat digunakan sesuai tujuan dan seberapa memuaskan hasil penggunaannya bagi konsumen.

Menurut Tjiptono 2015 dalam (Rau, et al., 2024) yang menyatakan bahwa kualitas produk mencerminkan totalitas fitur dan karakteristik suatu barang atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan dimana produk dengan kualitas yang bagus akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendorong pembelian ulang. Beberapa indikator utama dalam

kualitas produk yang sering kali digunakan dalam penelitian antara lain (Pradita dan Irmawati, 2024) :

- a. Kinerja (*Performance*) yang mengukur sejauh mana suatu produk dapat menjalankan fungsi utamanya dengan baik.
- b. Estetika (*Aesthetics*) yang meliputi tampilan, desain, dan daya tarik visual dari produk.
- c. Daya tahan (*Durability*) yang merupakan lama waktu suatu produk dapat bertahan dalam kondisi baik sebelum mengalami kerusakan
- d. Keandalan (*Reliability*) yaitu konsistensi suatu produk dalam memberikan performa yang sesuai dengan ekspektasi.
- e. Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specification*) yaitu sejauh mana suatu produk memenuhi standar atau spesifikasi yang dijanjikan.

Berdasarkan indikator kualitas produk dalam penelitian ini, maka disusun kuisisioner untuk menampung pendapat responden sebagai berikut:

1. Produk minuman dari Kedai Sekedar Teh memiliki rasa yang sesuai dengan yang diharapkan.
2. Desain logo dan branding Kedai Sekedar Teh memberi kesan profesional.
3. Produk tetap segar dan tidak berubah rasa meski tidak langsung diminum.
4. Setiap kali saya membeli, produk dari Kedai Sekedar Teh memiliki kualitas rasa yang stabil.

5. Spesifikasi produk seperti topping, ukuran, dan rasa disajikan sesuai pesanan.

b. Harga (X_2)

Harga bukan hanya nominal yang tertera dalam suatu produk, tetapi juga memiliki manfaat penting dalam suatu bisnis karena dengan harga dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2015) dalam (Ismayani et al., 2024), indikator mengenai harga ada empat, yaitu :

- a. Keterjangkauan Harga, adalah ketika konsumen dapat menjangkau harga produk.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas, adalah penawaran produk atau layanan disesuaikan dengan preferensi dan posisi sosial tanpa mengorbankan tingkat kualitas.
- c. Daya saing harga, berarti bahwa suatu bisnis mengenakan harga yang setara, lebih rendah, atau lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing utamanya, dan sebagian besar harganya didasarkan pada harga pesaing.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat, adalah penyesuaian harga perusahaan. dilakukan dengan memperhitungkan tingkat keuntungan yang dapat dinikmati oleh konsumen, tetapi tetap mempertahankan standar kualitas produk yang dihasilkan oleh Perusahaan.

Berdasarkan indikator harga dalam penelitian ini, maka disusun kuisisioner untuk menampung pendapat responden sebagai berikut:

1. Kedai Sekedar Teh menawarkan harga yang sesuai untuk target konsumennya
2. Harga produk mencerminkan nilai dan kualitas yang diberikan
3. Kedai Sekedar Teh menawarkan kombinasi harga dan kualitas yang lebih baik daripada pesaingnya
4. Kedai Sekedar Teh menawarkan kombinasi harga dan kualitas yang lebih baik daripada pesaingnya.

b. Kepuasan Konsumen (Y)

Dimensi yang digunakan sebagai indikator kepuasan merujuk pada pendapat yang dilakukan oleh Tjiptono (2001) dalam (Hanafi, 2023) yang digunakan sebagai alat untuk mengukur seberapa besar kepuasan pelanggan yang menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan. Berikut indikator kepuasan pelanggan :

- a. Kesesuaian Harapan, yang mengukur sejauh mana hubungan baik antara pihak perusahaan dengan pelanggan serta sejauh mana kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan. Apabila memenuhi atau bahkan melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.
- b. Kemudahan dalam Memperoleh, yang dimaksudkan dengan kemudahan dalam memperoleh informasi, baik itu informasi tentang harga produk maupun tentang cara melakukan pemesanan sehingga proses pelunasan biaya yang ditanggung oleh pelanggan mudah untuk ditransaksikan.
- c. Pengalaman Masa Lalu, yaitu yang dimaksud adalah berdasarkan apa

yang telah dirasakan pelanggan lama di masa lalu pada saat menggunakan jasa atau layanan di kedai tersebut.

- d. Pengalaman dari Orang Lain, pelanggan mendapatkan cerita atau referensi tentang kedai tersebut yang memiliki kualitas hingga membuat pelanggannya merasa puas dan sesuai dengan kenyataannya.

Berdasarkan indikator harga dalam penelitian ini, maka disusun kuisisioner untuk menampung pendapat responden sebagai berikut:

1. Saya mengharapkan produk dari Kedai Sekedar Teh sesuai dengan yang dijanjikan
2. Produk yang saya beli selalu konsisten dalam kualitas dan rasa.
3. Produk dan layanan Kedai Sekedar Teh memberikan nilai yang baik untuk saya.
4. Saya akan merekomendasikan produk Kedai Sekedar Teh kepada orang lain.

3.5 Instrumen Penelitian

Insrumen penelitian adalah alat ukur dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian. Menurut Suharsimi dalam (Sudaryono, 2018) instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Dalam penelitian ini ada 4 (empat) instrumen yaitu :

- 1) Instrumen untuk mengukur motivasi kerja

- 2) Instrumen untuk mengukur beban kerja
- 3) Instrumen untuk mengukur lingkungan kerja
- 4) Instrumen untuk mengukur kinerja pegawai.

(Sudaryono, 2018) menyatakan bahwa skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Dalam Penelitian ini, pembuatan instrument penelitian untuk pengumpulan data disusun berdasarkan variable, dimensi, indicator, dan pernyataan, yang disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Instrumen Penelitian	Indikator	Skala	Sumber
1	Kualitas Produk (X1)	1. Produk minuman dari Kedai Sekedar Teh memiliki rasa yang sesuai dengan yang diharapkan.	Kinerja	Likert	Kotler & Armstrong (2013); Tjiptono (2015); Pradita & Irmawati (2024)
		2. Desain logo dan branding Kedai Sekedar Teh memberi kesan profesional.	Estetika		
		3. Produk tetap segar dan tidak berubah rasa meski tidak langsung diminum.	Daya Tahan		
		4. Setiap kali saya membeli, produk	Keandalan		

No	Variabel	Instrumen Penelitian	Indikator	Skala	Sumber
		dari Kedai Sekedar Teh memiliki kualitas rasa yang stabil	Kesesuaian dengan spesifikasi		
		5. Spesifikasi produk seperti topping, ukuran, dan rasa disajikan sesuai pesanan			
2	Kualitas Harga (X2)	1. Kedai Sekedar Teh menawarkan harga yang sesuai untuk target konsumennya	Keterjangkauan harga	Likert	
		2. Harga produk mencerminkan nilai dan kualitas yang diberikan.	Keserasian harga dengan kualitas		Kotler & Keller
		3. Kedai Sekedar Teh menawarkan kombinasi harga dan kualitas yang lebih baik daripada pesaingnya.	Daya saing harga		(2014); Ismayani et al. (2024)
		4. Diskon atau penawaran khusus di Kedai Sekedar Teh membuat saya lebih sering membeli	Keputusan diskon dan promosi		

No	Variabel	Instrumen Penelitian	Indikator	Skala	Sumber
3	Kepuasan Konsumen (Y)	1. Saya mengharapkan produk dari Kedai Sekedar Teh sesuai dengan yang dijanjikan 2. Produk yang saya beli selalu konsisten dalam kualitas dan rasa. 3. Produk dan layanan Kedai Sekedar Teh memberikan nilai yang baik untuk saya. 4. Saya akan merekomendasikan produk Kedai Sekedar Teh kepada orang lain.	Harapan konsumen Kinerja produk Evaluasi pasca pembelian Kesiediaan untuk melakukan pembelian ulang	Likert	Tjiptono (2015); Oliver (2010)

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses sistematis untuk mengumpulkan dan merekam informasi yang relevan dengan tujuan penelitian tertentu. Dalam konteks penelitian, pengumpulan data berfungsi untuk memperoleh informasi yang valid dan dapat diandalkan, yang nantinya akan dianalisis guna menjawab pertanyaan atau hipotesis yang diajukan (Adil, 2023) Proses ini merupakan inti dari penelitian karena hasil analisis data inilah yang akan memberikan jawaban atau solusi atas masalah penelitian yang sedang dikaji.. Strategi pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut

a. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini banyak digunakan dalam penelitian karena memungkinkan pengumpulan data dari banyak responden dengan waktu dan biaya yang lebih efisien (Hartono, 2018). Kuesioner dapat mencakup pertanyaan yang terstruktur dan tertutup, yang memudahkan pengelolaan data, atau pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden memberikan jawaban yang lebih rinci. Terdapat beberapa jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian, antara lain (Hartono, 2018):

Dalam kuesioner terbuka, responden diberi kebebasan untuk menjawab pertanyaan dengan kata-kata mereka sendiri. Pertanyaan terbuka berguna untuk menggali pendapat, perasaan, atau pemikiran responden secara mendalam, namun bisa mempersulit analisis karena jawaban bisa sangat bervariasi. Kuesioner tertutup menyediakan pilihan jawaban yang sudah ditentukan, seperti pilihan ganda, skala Likert, atau ya/tidak. Jenis ini lebih mudah dianalisis secara kuantitatif karena datanya terstruktur dan seragam. Kuesioner tertutup sangat cocok untuk survei yang membutuhkan data yang terukur. Penentuan skala ini menggunakan skor 1 sampai 5, seperti berikut

Tabel 3. 2 Skor Skala Likert

No	Singkatan	Keterangan	Skor
1	STS	Sangat Tidak Setuju	1
2	TS	Tidak Setuju	2
3	KS	Kurang Setuju	3

No	Singkatan	Keterangan	Skor
4	S	Setuju	4
5	SS	Sangat Setuju	5

Sumber : Hartono (2018)

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung, fenomena, atau perilaku di lapangan. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengamati dan mencatat apa yang mereka lihat dalam situasi sebenarnya, tanpa campur tangan atau perubahan dari pihak peneliti (Wani et al., 2024). Observasi sering digunakan dalam penelitian kualitatif, terutama ketika peneliti ingin memahami konteks sosial atau perilaku secara alami.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data adalah proses metodologis penerapan alat statistik atau analisis kualitatif yang berbeda untuk mengubah data mentah yang telah dikumpulkan menjadi informasi yang relevan. Singkatnya, analisis data penelitian adalah prosedur penting yang mengubah data yang belum diolah menjadi informasi yang relevan dan bermakna dengan menerapkan metode statistik atau kualitatif. Menemukan pola, hubungan, atau tren dalam data yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi masalah penelitian atau menguji teori adalah tujuan analisis data. Keberhasilan penelitian dan validitas temuan penelitian bergantung pada pemilihan prosedur analisis yang sesuai dan interpretasi hasil analisis data yang akurat. Peneliti dapat merencanakan dan

melaksanakan analisis data yang efisien, memberikan temuan yang mendalam, dan memajukan pengetahuan di lapangan dengan memahami konsep dan tujuan analisis data penelitian (Ivan Fanani Qomusuddin & Siti Romlah, 2021).

3.7.1 Uji Instrumen

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas yang merupakan asumsi dasar yang harus dipenuhi, bahwa data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap selanjutnya.

a. Uji Validitas

Uji validitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian di Kedai Sekedar Teh menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan mampu merepresentasikan variabel yang ingin diukur, seperti kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan pelayanan. Dengan demikian, kuesioner ini dianggap valid dan dapat diandalkan untuk mengumpulkan data yang relevan dalam mengevaluasi pengalaman pelanggan di kedai tersebut. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk di Kedai Sekedar Teh.

Menurut Sugiyono (2019:177) instrumen yang valid berarti instrumen tersebut mampu mengukur dengan tepat apa yang seharusnya diukur dan dapat menampilkan informasi yang relevan. Penggunaan instrumen yang valid sangat penting agar hasil penelitian dapat dipercaya. Oleh karena itu, sebelum instrumen digunakan untuk mengumpulkan data, perlu dilakukan

pengujian validitasnya terlebih dahulu. Jika instrumen tidak diuji validitasnya, maka keakuratan data yang diperoleh melalui instrumen tersebut akan dipertanyakan. Dengan menggunakan instrumen yang valid, diharapkan data yang dihasilkan dari penelitian pun akan memiliki validitas yang tinggi. Dalam penelitian kuantitatif, validitas sering diuji dengan menggunakan ko-relasi *Pearson Product Moment* antara skor item dengan skor total variabel sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka pernyataan yang diajukan dinyatakan valid
- 2) Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka pernyataan yang diajukan dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai konsistensi suatu kuesioner sebagai indikator dari variabel atau konstruk tertentu. Kuesioner dikatakan reliable apabila jawaban responden terhadap pernyataan tetap stabil dan konsisten dari waktu ke waktu. Instrument dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilai Cronbach Alpha-nya lebih dari 0.70 (Rau et al., 2024).

Uji reliabilitas kuesioner yang diterapkan dalam penelitian di Kedai Sekedar Teh menunjukkan bahwa kuesioner tersebut memiliki konsistensi yang baik sebagai indikator dari variabel yang diukur. Dengan nilai Cronbach's Alpha yang lebih dari 0.70, kuesioner ini dianggap reliable, yang berarti jawaban responden terhadap pernyataan tetap stabil dan konsisten dari waktu ke waktu. Hasil ini memberikan keyakinan bahwa data yang diperoleh

dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut dan pengambilan keputusan dalam meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan di Kedai Sekedar Teh.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan serangkaian pengujian statistik yang dilakukan untuk memastikan model regresi linear memenuhi asumsi-asumsi dasar dalam analisis regresi, di mana asumsi-asumsi ini harus dipenuhi agar hasil estimasi model regresi menjadi BLUE (Best Linear Unbiased Estimator), yaitu estimasi yang efisien, tidak bias, dan konsisten. (Heterokedatisitas et al., 2024)

Dengan demikian pelaksanaan uji asumsi klasik tidak hanya meningkatkan keandalan dan validitas hasil analisis, tetapi juga memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan yang berbasis data dalam konteks penelitian ini.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menentukan apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Jika distribusi variabel tidak normal, maka hasil analisis statistik dapat menjadi kurang akurat. Terdapat dua metode yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, yaitu metode grafik dan metode Uji one-Sample Kolmogorov-Smirnov (Rau et al., 2024). kesalahan 5%) maka dapat dikatakan data tersebut normal (Soesana dkk., 2023).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antara variabel bebas (independen) dalam model regresi. Pengujian ini dapat dilakukan dan dianalisis melalui nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Multikolinearitas dianggap terjadi apabila nilai tolerance kurang dari satu atau sama dengan 0,1 dan nilai VIF lebih dari atau sama dengan 10 (Rau et al., 2024).

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali, (2018:134) uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residu suatu pengamatan dengan residu pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Jika varians dari residual setiap observasi tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang bersifat homoskedastis atau non-heteroskedastis. Sebagian besar data cross-sectional mengandung situasi heteroskedastisitas karena menangkap data yang mewakili ukuran yang berbeda (kecil, sedang, besar). Dasar analisisnya sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur hubungan antara setidaknya dua faktor bebas dan satu variabel lingkungan. Dalam hal ini tes pemeriksaan kambung terutama digunakan untuk dua tujuan yang cukup berbeda. Selanjutnya menggunakan banyak kambung dapat meramalkan dan kemudian menutup hubungan sebab akibat, jadi ilmuwan harus dengan hati-hati membenarkan mengapa hubungan saat ini memiliki kekuatan untuk situasi khusus lainnya atau mengapa hubungan antara dua faktor memiliki terjemahan sebab akibat. (Sucahyadi et al., 2023)

3.7.4 Uji t (parsial)

Menurut Sugiyono (2018:206) dalam penelitian (Pratiwi & Lubis, 2021) “Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen”. Menguji tingkat signifikan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui keberartian derajat hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y) yang digunakan dengan koefisien korelasi. Adapun rumus yang digunakan seperti ditemukan oleh (Sugiyono, 2018: 206) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

t = Uji pengaruh parsial

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

Dengan kriteria uji

1) Penentuan hipotesis

H_0 ditolak jika $t \text{ hitung} > t \text{ table}$ pada $\alpha = 0,05$

H_0 diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ table}$ pada $\alpha = 0,05$

Sebaliknya :

H_1 diterima jika signifikan $< \alpha = 0,05$

H_1 ditolak jika signifikan $> \alpha = 0,05$

2) Penentuan tingkat signifikan Tingkat pendapatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau dengan kata lain tingkat signifikannya (alpha) sebesar 5%.

3) Penentuan kriteria uji Penentuan kriteria uji berdasarkan pada perbandingan antara nilai $t \text{ hitung}$ yang di peroleh dengan $t \text{ table}$. Jika nilai $t \text{ hitung}$ lebih besar dari $t \text{ table}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menilai sejauh mana model mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Jikai nilai R^2 rendah, maka variabel independennya hanya memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, semakin

mendekati satu, semakin besar kontribusi variabel independen dalam memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Rau et al., 2024).

Adanya faktor koreksi akan meminimalisir kelayakan pengaruh penambahan variabel sehingga dapat dilihat angka murninya. Jadi dalam penelitian ini, R^2 digunakan untuk mengukur besarnya persentase dari aspek pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) (studi kasus di kedai sekedar teh di Lumajang).

