

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas/eksogen dan variabel terkait/endogen Sugiyono (2018:51). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (sugiyono, 2018:15)

#### **3.2. Populasi dan Sample**

Menurut Sugiyono (2018:130), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau subjek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Butik Syaf di Kemayoran Jakarta Pusat. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian selama bulan januari hingga juli 2020. Sugiyono (2018:131) mengungkapkan sampel dalam suatu penelitian merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai

dengan kriteria yang diinginkan Untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Pernyataan dari (Sugiyono, 2018:131).

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sudah melakukan pembelian di Butik Syaf sebanyak lebih dari 2 kali. Oleh karna jumlah populasi sasaran tidak diketahui secara tepat, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan 97 responden

. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan Rumus dari Rao Purba, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Ket:

n : Jumlah sampel

Z : Nilai Z dengan tingkat keyakinan 95% maka nilai Z = 1,96 (tabel distribusi normal)

Moe : Margin of error atau kesalahan maksimal adalah 10% atau 0,10

Dengan menggunakan margin of error sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = 1,96^2 / 4 (0,10)^2$$

$$n = 96,04 \text{ yang dibulatkan menjadi } 97$$

berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini minimal berjumlah 97 responden. Obyek penelitian penelitian ini adalah Butik Syaf.

### **3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Menurut Sugiyono (2018:200) menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang disajikan berupa kuesioner yang diberikan kepada pelanggan Butik Syaf. Hal ini dilakukan

untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan yang berhubungan dengan penelitian.

Adapula metode pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini dengan mencari dan memperoleh data dari pembeli Butik Syaf dengan kuesioner. Data primer tersebut di kumpulkan menggunakan kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Dengan adanya kontak langsung antara peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat. Sugiyono, (2018:219).

Selanjutnya jawaban responden diukur menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2018:152) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi yang sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata (Sugiyono, 2018:152) sebagai berikut:

1. = Sangat Tidak Setuju (STS)
2. = Tidak Setuju (TS)
3. = Ragu (R)
4. = Setuju (S)
5. = Sangat Setuju (SS)

Instrumen kuesioner harus diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliable. Instrumen yang valid berarti instrument tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan instrument yang reliable adalah instrument yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula.

### **3.4. Oprasionalisasi variabel**

Sugiyono (2018:55), menyatakan variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun oprasionalisasi variabel dalam penelitian ini meliputi:

1. Kualitas Pelayanan, adalah layanan yang disediakan Butik Syaf kepada pelanggan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan meliputi, keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, dan berwujud.
2. Kualitas Produk, adalah produk-produk fashion yang dijual butik syaf menyangkut aspek kinerja fitur, realibilitas, kesesuaian dalam spesifikasi, daya tahan, kemampuan dalam melayani, estetika, kualitas yang diprepsikan.
3. Harga, adalah persepsi konsumen terhadap perbandingan antara uang yang mereka keluarkan untuk membeli produk produk fashion butik syaf dengan keterjangkauan, daya saing, kesesuaian harga dengan produk, kesesuaian harga dengan manfaat.
4. Kepuasan pelanggan, adalah perasaan puas yang dirasakan oleh pelanggan Buitik Syaf yang didapatkan dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang diprepsikan dan ekspetasikan, Kepuasan pelanggan keseluruhan, Dimensi kepuasan pelanggan, Konfrimasi ekspektasi, Niat beli ulang, Kesedian untuk merekomendasikan.

Dari uraian oprasionliasasi variabel, secara lebih rinci di uraikan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 3.1 Sub Indikator, Indikator dan Variabel-variabel penelitian**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kode
Kualitas pelayanan Kotler (2016:393)	Keandalan	1. Terpercaya	KL1
		2. Akurat	KL2
		3. Konsisten	KL3
	Ketanggapan	1. Cepat	KL4
		2. Mengatasi keluhan	KL5
Jaminan	1. Menguasai pengetahuan 2. Kompetensi	KL6 KL7	
Empati	1. Memberi perhatian yang tulus 2. Berupaya memahami keinginan konsumen	KL9 KL10	
Berwujud		1. Penampilan fasilitas fisik	KL11
		2. Penampilan peralatan	KL12

Tabel 3.1 Sub Indikator, Indikator dan Variabel-variabel penelitian (Lanjutan)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kode
Kualitas Produk Tjiptono (2015 :76)	Kinerja	Karakteristik operasi pokok dari produk inti	KP1
	Fitur	karakteristik pelengkap	KP2
	Reliabilitas	kemungkinan kecil mengalami kerusakan	KP3
	Kesesuaian dengan spesifikasi	karakteristik desain	KP4
	Daya tahan	Ketahanan produk	KP5
	Kemampuan melayani	Penanganan keluhan	KP6
	Estetika	daya tarik produk	KP7
	Kualitas yang dipersepsikan	citra produk	KP8
Harga Kotler dan Amstrong (2016:112)	Keterjangkauan harga	konsumen dapat menjangkau harga	H1
	Daya saing harga	perbandingam harga dengan pesaing	H2
	Kesesuaian harga dengan kualitas	kualitas yang diperoleh konsumen	H3
	Kesesuaian harga dengan manfaat	manfaat produk sesuai dengan harga yang ditawarkan	H4
	Kepuasan pelanggan keseluruhan	Menilai tingkat kepuasan produk	KK1
	Dimensi kepuasan pelanggan	Penilaian pelanggan terhadap produk atau jasa	KK2

**Tabel 3.1 Sub Indikator, Indikator dan Variabel-variabel penelitian (Lanjutan)**

kepuasan pelanggan Tjiptono (2015:29)	Konfirmasi ekspektasi	Diskonfirmasi antara ekspektasi pelanggan dengan kinerja	KK3
	Niat beli ulang	Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral	KK4
	Kesediaan untuk merekomendasikan	kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman	KK5

### 3.5 Metode Analisis Data

#### 3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum tentang mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), minimum dan maksimum. Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018:226)

Analisis data yang digunakan peneliti ini untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah. Metode analisis data yang digunakan adalah metode statistik dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 26.0.

#### 3.5.2. Analisis Jawaban Responden

Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, maka akan didasarkan pada nilai skor rata-rata (*indeks*) yang dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method*, (Ferdinand, 2014:231).

Angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 20 hingga 100 dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak (*Three-box Method*), maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga menghasilkan rentang untuk masing-masing sebagian sebesar 26, dimana akan digunakan sebagai daftar interpretasi indeks berikut (Ferdinand, 2014:232):

20 – 46= Rendah

47 – 73= Sedang

74 – 100 = Tinggi

Teknik skoring yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu, dengan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, maka akan diperhitungkan indeks jawaban responden dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai indeks} = [(\%F1*1) + (\%F2*2) + (\%F3*3) + (\%F4*4) + (\%F5*5)] / 5. \mathbf{(3.2)}$$

F1: Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.

F2: Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.

F3: Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.

F4: Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.

### 3.5.3. Uji Validitas dan Reabilitas data

#### a. Uji Validitas

Penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Kalau dalam obyek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul memberikan data berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018:192). Syarat minimum suatu item dianggap valid sebagai berikut:

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau  $sig < \alpha (0,05)$  maka item-item pernyataan dari kuesioner valid.

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  atau  $> \alpha (0,05)$  maka item-item pernyataan dari kuesioner tidak valid.

b. Uji reliabilitas

(Sugiyono, 2018:194) Instrumen yang reliabel belum tentu valid, meteran yang putus dibagian ujungnya berkali-kali akan menghasilkan data yang sama (reliabel) tetapi selalu tidak valid. Hal ini disebabkan karena instrument (meteran) tersebut rusak. Reliabel instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrument. Oleh Karena itu, walaupun instrument yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi pengujian reabilitasnya instrument perlu dilakukan. Sugiyono (2018:193) instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrument yang tidak reliabel atau konsisten. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas sebagai berikut:

- a. Jika nilai *cronbach's alpha*  $\alpha > 0,60$  maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.
- b. Jika nilai *cronbach's alpha*  $< 0,60$  maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliable

#### 3.5.4. Analisis Koefisien korelasi dan Koefisien Determinasi

Supardi (2017:99) analisis korelasi merupakan analisis hubungan dua variabel atau lebih, yaitu antar variabel bebas dengan variabel terkait. Hasil perhitungan korelasi + 1 sampai dengan + 1. Jadi jika ada hasil perhitungan  $> + 1$  atau  $< - 1$ , maka perhitungan jelas salah. Karen akorelasi product moment hanya dapat diterapkan untuk data yang berskala interval atau ratio. Hasil korelasi pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) kelompok besar menurut Supardi (2017:141) sebagai berikut:

1. Korelasi positif kuat, yaitu apabila hasil perhitungan korelasi mendekati + 1 atau sama dengan + 1. Ini berarti bahwa setiap kenaikan skor atau nilai pada variabel X akan diikuti dengan kenaikan skor atau nilai variabel Y. sebaliknya, jika variabel X mengalami penurunan, maka akan diikuti dengan penurunan variabel Y.
2. Korelasi negatif kuat, apabila hasil perhitungan korelasi mendekati - 1 atau sama dengan - 1. Ini berarti bahwa setiap kenaikan skor atau nilai variabel X

akan diikuti dengan penurunan skor atau nilai variabel Y. sebaliknya, apabila skor nilai dari variabel X turun, maka skor atau nilai dari variabel Y akan naik.

3. Tidak ada korelasi, apabila hasil perhitungan korelasi (mendekati 0 atau sama dengan 0). Hal ini berarti turunnya skor atau nilai suatu variabel tidak mempunyai kaitan dengan naik turunnya skor atau nilai variabel lainnya. Apabila skor atau nilai variabel X naik tidak selalu diikuti dengan naik atau turunnya skor atau nilai variabel Y. sebaliknya, tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y.

Dalam pengujian ini dilakukan melalui identifikasi tingkat signifikan t (sign).

Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0$  ditolak jika  $\text{sig} < 0,05$
- b.  $H_0$  diterima jika  $\text{sig} > 0,05$

Supranto (2012:123) menyatakan koefisien determinasi (KD) adalah suatu ukuran yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (KD) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terkait Y dapat diterangkan oleh variabel X. Nilai koefisien determinasi (KD) mempunyai nilai dari 0 sampai dengan 1. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan (KD=0), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila KD= 1, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X.

### 3.5.5. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan. Hipotesis statistik adalah dalam perumusan hipotesis, antara hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) selalu berpasangan, apabila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima, sehingga keputusan yang tegas, yaitu kalau  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hipotesis statistik dinyatakan simbol-simbol (Sugiyono, 2017:87). Uji hipotesis disajikan dalam bentuk tabel dan angka metode statistik, uji signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial menggunakan uji t dan secara simultan menggunakan uji F adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun hipotesis yang akan di uji, adalah sebagai berikut:

#### 1. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Butik Syaf

$H_0: \rho_{y_{1.23}} = 0$ : Koefisien korelasi parsial antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan pelanggan Butik Syaf tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y_{1.23}} \neq 0$ : Koefisien korelasi parsial antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf signifikan.

Adapun kriteria signifikansi koefisien korelasi parsial, digunakan:

- a.  $H_0$  diterima, jika  $t_{sig.} > \alpha (0,05)$
- b.  $H_0$  ditolak, jika  $t_{sig.} < \alpha (0,05)$

Apabila hasil pengujian menunjukkan koefisien korelasi parsial signifikan, uji hipotesis dilanjutkan dengan menggunakan koefisien determinasi, dimana:  $KD_{1.23} = r_{y_{1.23}}^2 \cdot 100\%$

Koefisien determinasi tersebut mengukur kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf.

#### 2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Butik Syaf

$H_0: \rho_{y_{2.13}} = 0$ : Koefisien korelasi parsial antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y_{2.13}} \neq 0$ : Koefisien korelasi parsial antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf signifikan.

Adapun kriteria signifikansi koefisien korelasi parsial, digunakan:

- a.  $H_0$  diterima, jika  $t_{sig.} > \alpha (0,05)$
- b.  $H_0$  ditolak, jika  $t_{sig.} < \alpha (0,05)$

Apabila hasil pengujian menunjukkan koefisien korelasi parsial signifikan, uji hipotesis dilanjutkan dengan menggunakan koefisien determinasi, dimana:  $KD_{2.13} = r_{y2.13}^2 \cdot 100\%$

Koefisien determinasi tersebut mengukur kontribusi pengaruh Kualitas Produk terhadap dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf.

### 3. Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Butik Syaf

$H_0: \rho_{y3.12} = 0$ : Koefisien korelasi parsial antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y3.12} \neq 0$ : Koefisien korelasi parsial antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf signifikan.

Adapun kriteria signifikansi koefisien korelasi parsial, digunakan:

- a.  $H_0$  diterima, jika  $t_{sig.} > \alpha (0,05)$
- b.  $H_0$  ditolak, jika  $t_{sig.} < \alpha (0,05)$

Apabila hasil pengujian menunjukkan koefisien korelasi parsial signifikan, uji hipotesis dilanjutkan dengan menggunakan koefisien determinasi, dimana:  $KD_{3.12} = r_{y3.12}^2 \cdot 100\%$

koefisien determinasi tersebut mengukur kontribusi pengaruh Harga terhadap dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf.

## 2. Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Adapun hipotesis (4) yang akan di uji, adalah:

### 4. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Butik Syaf.

$H_0: \rho_{y123} = 0$ : Koefisien korelasi simultan antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y_{123}} \neq 0$ : Koefisien korelasi simultan antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf signifikan.

Adapun kriteria signifikansi koefisien korelasi simultan, digunakan:

- a.  $H_0$  diterima, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau jika  $Prob. F > \alpha (0,05)$
- b.  $H_0$  ditolak, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau jika  $Prob. F < \alpha (0,05)$

Apabila hasil pengujian menunjukkan koefisien korelasi simultan signifikan, uji hipotesis dilanjutkan dengan menggunakan koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen (Arikunto, 2014:339). Nilai *Adjusted R Square* digunakan agar dapat menghindari bias atau kesalahan dalam pengumpulan data terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model (Ghozali, 2017:97).