

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020, h. 2), metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan data konkret, data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian ini merupakan asosiatif kausal, dimana rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2020) objek penelitian adalah penelitian yang merujuk pada semua hal yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan mendapatkan informasi yang relevan dan kemudian membuat kesimpulan berdasarkan temuan tersebut. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah *Layer Duren* yang berkaitan dengan variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Emosional dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Layer Duren Palembang*.

3.2.2 Subjek Penelitian

Menurut (Bahri, 2019 p 80) jenis data subjek adalah opini, sikap, dan pengalaman subjek penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk *Layer Duren* minimal lebih dari dua kali.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2020 p 126) Populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk atau *Layer Duren* Palembang lebih dari dua kali.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2020). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2020) *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel tidak memberi peluang kedua bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode pemilihan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling*. Karakteristik sampel adalah yang pernah berkunjung minimal lebih dari satu kali di Toko *Layer Duren* Palembang.

Menurut Bahri (2019, h. 65) rumus Slovin adalah sebuah rumus yang digunakan untuk mendapatkan besaran sampel yang dianggap mampu menggambarkan keseluruhan populasi yang ada. Pada penelitian ini dilihat dari jumlah pelanggan yang pernah berkunjung di Toko *Layer Duren* Palembang. Nilai toleransi dinyatakan dalam presentase 5%. Ukuran sampel yang digunakan pada tabel pelanggan tahun 2023, sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Total populasi

e : Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{192}{1 + 192(0,05)^2} \\ &= \frac{192}{1 + 0,48} \\ &= \frac{192}{1,48} = 130 \end{aligned}$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ada di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 130 sampel.

3.4 Jenis Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer.

3.4.1 Data Primer

Menurut (Bahri, 2019 p 81) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara. Data primer dilakukan secara langsung untuk mengetahui juga secara langsung hubungan sebab akibat dari Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Emosional dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko *Layer Duren* Palembang. Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh secara langsung adalah dari responden yang mengisi *kuesioner*

yang akan dibagikan, dan responden tersebut sudah pernah atau paling tidak lebih dari satu kali membeli produk pada Toko *Layer Duren Palembang*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu adalah dengan menggunakan *kuesioner* yang dibagikan kepada responden yang pernah membeli produk atau jasa di *Layer Duren Palembang*.

3.5.1 Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2020) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. . Dalam penelitian ini, *kuesioner* disebarkan kepada pelanggan yang berkunjung ke *Lady Beauty Salon* untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel seperti Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Emosional dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan menggunakan Skala *Likert*.

Menurut (Sugiyono, 2020 p 145-146) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut dapat dilihat pada tabel 3.1 Skala *Likert* sebagai berikut :

Tabel 3.1 Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono, 2021

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian. Menurut Oliver dalam (Indrasari, 2019 p 86).	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung Kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	<i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Indrasari, 2019 p 61).	1. Berwujud (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan dan Kepastian (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>)	<i>Likert</i>
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari jasa ataupun produk yang tergantung pada kekuasaan guna	1. Kinerja (<i>Performance</i>)	<i>Likert</i>

	memuaskan. Menurut Kotler dan Keller dalam (Tonce, 2022 p 24).	2. Ciri-ciri ataupun Keistimewaan Tambahan (<i>Features</i>) 3. Kesesuaian Dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>) 4. Keandalan (<i>Realibility</i>) 5. Daya Tahan (<i>Durability</i>) 6. Estetika (<i>Easthetica</i>) 7. Kualitas yang Dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>) 8. Dimensi Kemudahan Perbaikan (<i>Serviceability</i>)	
Emosional (X3)	Emosional adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang. (Rahmawati, 2023 p 133).	1. <i>Pleasure</i> 2. <i>Arousal</i> 3. <i>Dominance</i>	<i>Likert</i>
Harga (X4)	Harga adalah sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa. Menurut Samsul Ramli dalam (Indrasari, 2019 p 39).	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil Keputusan	<i>Likert</i>

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2019) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Menurut Rizka Zulfikar dkk. (2024 p 93), teknik analisis data adalah cara mengolah data menjadi informasi agar data tersebut mudah dipahami dan membantu dalam mencari solusi permasalahan khususnya yang berkaitan dengan kajian penelitian. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yaitu suatu proses mencari pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka-angka sebagai alat analisis terkait apa yang akan diteliti, terdiri dari :

3.7.1 Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2021 p 66) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dasar pengukuran yang digunakan untuk pengujian validitas sebagai berikut :

- a. Jika $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$, maka data valid
- b. Jika $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$, maka data tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2021 p 61) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan antara lain :

3.7.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2021 p 196) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* memiliki

distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Uji statistik yang dapat dilakukan dengan *Kolmogorov Smirnov* dengan signifikan 5%. Dimana ketentuan uji normalitas adalah :

1. Jika $\text{Sig.}(p) > 0,05$, maka data berdistribusi normal
2. Jika $\text{Sig.}(p) < 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal

3.7.3.2 Uji Multikolonieritas

Menurut (Ghozali, 2021 p 157) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Multikolonieritas dapat juga dilihat dari:

1. Nilai *tolerance* dan lawannya.
2. *Variance inflation factor* (FIV). Jika nilai *tolerance* tinggi lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolonieritas dan apabila nilai *Variance Inflation Factor* (FIV) lebih kecil dari 10,00 maka regresi bebas dari multikolonieritas.

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021 p 178) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

3.7.3.4 Uji Linieritas

Menurut (Ghozali, 2021 p 203) menyatakan bahwa “uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak.” Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk

linear, kuadrat, dan kubik. Dasar pengambilan keputusan uji linearitas sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka dapat disimpulkan dua variabel dikatakan tidak mempunyai hubungan yang linear.
2. Jika signifikan $< 0,05$, maka dapat disimpulkan dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear.

3.7.4 Uji Regresi Linear Berganda

Menurut (Bahri, 2019 p 195) analisis regresi berganda adalah analisis yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen. Tujuan analisis regresi berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan dua variabel atau lebih. Adapun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = konstanta

b = koefisien regresi

x1 = kualitas pelayanan

x2 = kualitas produk

x3 = emosional

x4 = harga

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji Parsial (Uji T)

Menurut (Ghozali, 2021 p 148) uji t digunakan untuk menguji signifikan koefisien secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat ditunjukkan pada tabel *coefficient* pada kolom sig. kriterianya adalah sebagai berikut :

1. Jika hasil t-hitung $>$ t-tabel, maka variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika hasil t-hitung $<$ t-tabel, maka variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

3.7.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2021 p 148) uji F memiliki tujuan untuk menguji kelayakan model penelitian yaitu mengetahui atau menguji apakah persamaan model regresi dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menguji hipotesis ini dapat menggunakan statistic F dengan kriteria pengambilan keputusan adalah :

1. Jika nilai F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima
2. Jika nilai F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak

3.7.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2021 p 147) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-

variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

