

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2020, P. 2) Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan data konkrit, data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Metode kuantitatif ini sebagai penelitian yang memakai filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel, pengumpulan data yang digunakan adalah instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

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, p. 36) Objek penelitian merupakan topik permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah *Lady Beauty Salon* berkaitan dengan variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Emosional, Faktor Situasi dan Kepuasan Pelanggan.

3.2.2 Subjek Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2020, p. 54) Subjek merupakan informan atau narasumber yang menjadi sumber data riset. Dalam penelitian ini subjeknya adalah pelanggan yang pernah berkunjung minimal dua kali di *Lady Beauty Salon* di kota Palembang.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2020, p. 148) Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti . Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berkunjung minimal dua kali di *Lady Beauty Salon* di kota Palembang yang berjumlah 167 pelanggan pada tahun 2023.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2020, p. 149) Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2020, p. 367) *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 dua kali di *Lady Beauty Salon* di kota Palembang.

Menurut (Bahri, 2019, p. 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 *Lady Beauty Salon* di kota 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 minimal

N : Jumlah Populasi

e : Presentase kelonggaran ketidaktelitian

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

$$n = \frac{167}{1 + 167 (0,05)^2}$$

$$n = 118$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ada di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 118 sampel.

3.4 Jenis Data

Menurut (Bahri, 2019, p. 81) Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara. Pengumpulan data dilakukan langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini sumber data primer yang akan digunakan yaitu hasil wawancara serta hasil pengisian kuesioner pelanggan *Lady Beauty Salon*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2020, p. 375) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui Teknik

pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang telah ditetapkan. Menurut (Sugiyono, 2020, p. 137) Terdapat cara pengumpulan data sebagai berikut.

3.5.1 Interview (Wawancara)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada objek penelitian. Hasil wawancara akan dicatat/direkam dan akan menjadi data penelitian. Jika sampel penelitian kecil, teknik wawancara dapat digunakan apabila sampel penelitiannya kecil. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan mendetail mengenai pengalaman serta persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh *Lady Beauty Salon*.

3.5.2 Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang menggunakan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara tidak langsung atau melalui internet. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada pelanggan yang berkunjung ke *Lady Beauty Salon* untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel seperti Kualitas Pelayanan, Harga, Emosional, dan Faktor Situasi terhadap Kepuasan Pelanggan.

Menurut (Bahri, 2019, p. 145) Skala Interval digunakan untuk mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap objek dan subjek penelitian.

Tabel 3.1 Skala Interval

Skala Interval	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Tidak Ada Pendapat	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Bahri, 2019

3.6 Definisi Operasional

Menurut (Bahri, 2019, p. 145)) Defenisi operasional adalah penjelasan defenisi dan variabel yang telah dipilih oleh peneliti, operasional adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat di ukur.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. (Indrasari, 2019a).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesediaan merekomendasikan 	<i>Likert</i>
2	Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa,	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibility</i> 2. <i>Realibility</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Empathy</i> 	<i>Likert</i>

		sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. (Indrasari, 2019)	5. <i>Assurance</i>	
3	Harga (X_2)	Menurut (Indrasari, 2019, p. 36) Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi deferensiasi barang dalam pemasaran.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga sesuai kualitas 2. Perbandingan harga 3. Harga terjangkau oleh Konsumen 4. Harga sesuai harapan konsumen 	<i>Likert</i>
4	Emosional (X_3)	Emosi merupakan suatu kondisi kesiapan aksi yang terjadi pada seseorang yang mengawali pengendalian perilaku emosional. (Fikri & Pane, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Pleasure</i> 2. <i>Arousal</i> 3. <i>Dominance</i> 	<i>Likert</i>
5	Faktor Situasi (X_4)	Faktor Situasi merupakan aspek penting yang perlu dihadirkan oleh bisnis ritel meliputi tata letak dan suasana toko, faktor situasi yang baik akan menimbulkan rasa kepuasan tersendiri bagi pelanggan. (Bermans dan Evans, 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Exterior</i> 2. <i>General Interior</i> 3. <i>Store Layout</i> 4. <i>Interior Display</i> 	<i>Likert</i>

Sumber : Penulis, 2024

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut (Ghozali, 2021, p. 19) Analisis data adalah aktivitas yang dilakukan setelah data dari pengisian responden ataupun sumber data sudah terkumpul. Dalam analisis data yang dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang di teliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Menurut (Ghozali, 2021, p. 21) Mengatakan bahwa dalam teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif deskriptif data yang diperoleh dan diolah dengan menggunakan program aplikasi SPSS 26. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

3.7.1 Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2021, p. 66) Uji validitas digunakan untuk menilai keabsahan atau validitas suatu kuesioner. Validitas kuesioner terbentuk saat pernyataan di dalamnya secara tepat mencerminkan konsep yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat diketahui dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah sampel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pernyataan tersebut dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur apakah suatu konstruk atau kuisisioner dari waktu ke waktu konsisten atau tidak. Untuk mengetahui suatu reliabel tidaknya suatu instrumen terlihat dari ukuran kemantapan alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0.60 (Ghozali, 2021, p. 61).

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1 Uji Normalitas

Dalam uji normalitas tujuannya untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti dengan uji statistik sederhana yang dapat dilakukan dengan *Kolmogorov Smirnov*. Jika hasil signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan < 0.05 maka variabel berdistribusi dengan tidak normal. (Ghozali, 2021, p. 196).

3.7.3.2 Uji Multikolonieritas

Menurut (Ghozali, 2021, p. 157) Uji multikolonieritas tujuannya menguji model regresi adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi caranya dapat terlihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi

multikolonieritas dan sebaliknya jika *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 maka model juga terbebas dari uji multikolonieritas.

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021, p. 178) Uji heteroskedastisitas untuk mengetahui ketidaksamaan varians antara pengamatan satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika dari satu variabel dan antar variabel terjadi heteroskedastisitas, maka terdapat varian residual yang saling berkolerasi. Beberapa cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satu caranya memakai uji *Glejser*, dimana hasil uji signifikan ($r > 0.05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan begitu juga sebaliknya apabila dibawah level signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3.4 Uji Linieritas

Menurut Ghozali (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 mempunyai hubungan yang linear.

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

3.7.4 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi Linear Berganda adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau beberapa variabel terhadap satu buah variabel. Analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang memiliki variabel bebas lebih dari satu. Menurut (Ghozali, 2021, p. 8) Persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Harga

X_3 : Emosional

X_4 : Faktor Situasi

e : Error (Residu)

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji t (Parsial)

Menurut (Ghozali, 2021, p. 148) Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh dalam satu variabel independen dengan individual dalam memperlihatkan variasi variabel dependen. Hasil uji t dapat ditunjukkan pada tabel *coefficients* pada kolom sig. Kriterianya adalah:

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 F (Simultan)

Menurut (Ghozali, 2021, p. 148) Mengatakan bahwa uji F dapat untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersamaan (simultan) terhadap variabel terikat. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Kriteria sebagai berikut:

1. Dengan membandingkan F_{tabel} dengan F_{hitung} . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. Dengan melihat angka probabilitas signifikansi, apabila probabilitas signifikansi > 0.05 maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

3.7.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2021, p. 147) Koefisien determinasi (R^2) mengukur kemampuan model dalam menerangkan variabel bebas. Analisis *R Square* atau koefisien determinasi guna untuk mengetahui presentasi pengaruh variabel terikat secara bersamaan terhadap variabel bebas. Jika semakin besar nilai koefisien determinasi dapat semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen begitu juga sebaliknya.

