

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan termasuk ke dalam penelitian kausalitas. Metode penelitian kausalitas bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya, sehingga peneliti harus melakukan kontrol dan pengukuran yang sangat cermat terhadap variabel-variabel penelitiannya (Sandu Siyoto & Ali Sodik, 2015, p. 22)

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat replikasi, yaitu replika dapat meninggikan validitas hasil penelitian dan kemampuan untuk digeneralisasikan lebih luas. Penelitian sering juga menyampaikan rekomendasi lain tentang apa yang perlu diteliti lebih lanjut. Maka hal tersebutlah yang yang menjadi sumber untuk menentukan masalah yang perlu diangkat untuk diteliti (Sandu Siyoto & Ali Sodik, 2015).

3.3 Lokasi Dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu stand merek lois matahari mega mall batam centre jl. Engku putri batam.

3.3.2 Periode penelitian

periode penelitian ini sejak awal dari bulan Maret sampai Agustus 2021 yang di muali dari pengajuan judul sampai penyerahan hasil penelitian.

Tabel 3. 1 Periode peneltian

No	Kegiatan	2021				
		Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan Judul					
2	Studi Pustaka					
3	Metedologi Penelitian					
4	Pembagian Kuesioner					
5	Penyerahan Kuesioner					
6	Pengolahan Data					
7	Kesimpulan					
8	Pengumpulan Softcover					

Sumber: Peneliti, 2021

3.4 Populasi Dan sample

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas atau karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penulis untuk dipahami dan dipelajari, kemudian di ambil kesimpulan (Sugiyono, 2011 : 61) Populasi di artikan sebagai keseluruha subyek atau obyek yang menjadi tempat penelitian ini yang mempunyai karakteristik tertentu (Sundayana, 2014 : 15). Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang berkunjung di mds mega mall yang tidak diketahui totalnya.

3.4.2 Teknik Penentu Besar Sampel

Menurut (Sugiyono, 2015:120). sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena anggota populasi (kelompok yang tidak diketahui) maka guna mencukupi keakuratan hasil dengan rumus Lemeshow penulis menetapkan sampel yakni 100 responden yang merupakan pelanggan yang berkunjung di stan merek lois di mds mega mall batam.

Rumus 3.1 Lemeshow

$$n = \frac{z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2} = 96,04 = 100$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95 % = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

3.4.3 Teknik sampling

Teknik sampling ialah hal untuk menentukan sampel yang besarnya cocok dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data asli, dengan mempelajari sifat-sifat dan penyebaran populasi agar didapatkan sampel yang representatif. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yaitu seluruh pelanggan yang berkunjung ke stand lois mds mega mall batam.

3.5 Sumber Data

Sumber data yang peneliti ambil merupakan data penjualan yang ada di stan lois mds mega mall batam. Pada Sumber data internal merupakan data yang berasal dari bagian dalam perusahaan yang menggambarkan perusahaan tersebut (Sujarweni, 2019: 89).

3.6 Metode Pengumpulan Data

Peneliti memakai tiga metode pengumpulan data yaitu dengan survei, observasi dan dokumentasi. Peneliti mengambil metode survei dimana peneliti membagikan kuisioner dengan *list* pertanyaan yang akan diisi oleh pelanggan di mds mega mall mengumpulkan data serta mewujudkan keinginan responden.

3.6.1 Alat Pengumpulan Data

Berlandaskan pada penelitian ini, peneliti membagi kuesioner yang berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan data dari narasumber atau responden. Jawaban responden yang selaras diharapkan dengan memberi tanggapan mengenai *variable* yang berhubungan dengan persepsi harapan dan service kepuasan pelanggan. Instrumen yang berperan untuk peneliti untuk meracik data ialah program SPSS 25 (*Statistic Package for the Social Sciences*). Program SPSS 25 yang berfaat untuk menguji data peneliti yang sudah dikumpulkan dengan cara membagi kuesioner kepada responden. Untuk skala teknik yang digunakan berupa skala likert, dimana merupakan skala yang berdasarkan sikap para dalam menanggapi pertanyaan atau pernyataan terkait indikator yang diukur (Sanusi,2011 : 59)

Terdapat 5 point dalam penilaian skala liker yang berurutan secara positif diantaranya :

1. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju (ss)
2. Skor 4 untuk jawaban setuju (s)
3. Skor 3 Skor untuk jawaban netral (n)
4. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (ts)
5. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (sts)

3.7 Operasional variabel

3.7.1 Variabel Terikat

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain (Sanusi, 2011 : 50). Dalam penelitian ini, variabel dependen (Y) adalah kepuasan pelanggan.

3.7.1.1 Kepuasan Pelanggan

Dalam jurnal (Ayu, 2016), kepuasan konsumen(*consumersatisfaction*) dapat di artikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan pelanggan atas barang atau jasa setelah meka rasakan dan menggunakannya

Kepuasan pelanggan dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan adalah gambaran kepuasan setiap yang merupakan sering kesenangan setelah membandingkan apa yang biasanya diharapkan dan hasil yang didapat setelah mengunjungi suatu tempat.

3.7.2 Variabel Bebas (*independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab atau berubah (mempengaruhi) suatu variabel lain (*dependent variabel*), dimana variabel bebas juga sering disebut dengan prediktor, stimulus, eksogen atau *antecedent* (syofian, 2017 : 18).

Variabel bebas atau independen biasanya dinotasikan dengan huruf X. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) terdiri atas tiga variabel diantara persepsi (X1), harapan (X2) serta *service excellence* (X3). Berikut adalah pengertian setiap variabel :

3.7.2.1 Persepsi

Menurut (Ismiyanti, 2019). "Persepsi ialah proses di mana seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensorik untuk memberi artai pada lingkungannya" Wawasan pelanggan adalah premis perilaku pembelanja dalam melihat apa yang realitas dan bukan realitas itu sendiri.

3.7.2.2 Harapan

Harapan Menurut (Abdullatif, 2016). Harapan pelanggan (*customer expectations*) adalah apa yang diinginkan atau diharapkan pelanggan untuk “ada” disuatu tempat pembelanjaan, terutama saat sedang berbelanja. Kata “ada” disini maksudnya tidak hanya terbatas pada sesuatu yang tangible tetapi jauh lebih luas lagi, seperti suasana, pelayanan, dan mungkin termasuk sistem pembayaran pada saat melakukan transaksi jual beli. Harapan pelanggan memiliki sifat yang tidak tetap atau dapat berubah-ubah mengikuti perkembangan teknologi, social dan budaya.

3.7.2.3 *Service excellence*

Dalam jurnal (Ayu, 2016). “*service excellence* atau Pelayanan prima merupakan sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan oleh penyedia jasa sebagai upaya mewujudkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Untuk itu perusahaan dituntut berpedoman pada beberapa elemen dasar pelayanan prima untuk membentuk kepercayaan pelanggan yang unggul, yaitu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.

Tabel 3. 2

Operasional Variabel Independen

Variabel	Operasional Variabel		
	Indikator	Kategori	Tingkat Pengukuran (Skala)
Persepsi (X1)	1. Pengindraan (sensasi) 2. Atensi 3. Interpretasi	Sangat Tidak Setuju- Sangat Setuju (1-5)	Likert
Harapan pelanggan(X2)	1. Kebutuhan Perorangan (<i>Personal Need</i>) 2. Alternatif Pelayanan yang Dirasakan (<i>Perceived Service Alternatives</i>) 3. Peranan Pelayanan (<i>Self Perceived Service Role</i>) 4. Faktor Situasi (<i>Situational Factors</i>)	Sangat Tidak Setuju- Sangat Setuju (1-5)	Likert

Service excellence (X3)	1. kemampuan(<i>ability</i>) 2. sikap (<i>attitude</i>) 3. penampilan(<i>appearan</i>) 4. perhatian (<i>attention</i>) 5. tindakan (<i>action</i>) 6. tanggung jawab(<i>acicountability</i>)	Sangat Tidak Setuju- Sangat Setuju (1-5)	Likert
-------------------------------	---	--	--------

3.8 Metode Analisi Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sujarweni, 2019: 122) analisis deskriptif dipakai untuk memberikan gambaran tentang berbagai macam karakteristik data yang berasal dari suatu sampel dan diolah pervariabel. Dalam penelitian ini, peneliti memakai aplikasi SPSS versi 25 sebagai alat bantu untuk menghasilkan deskripsi jawaban responden pada masing-masing variabel independen dan dependen.

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan suatu pertanyaan maupun pernyataan dalam menjelaskan suatu variabel dengan kondisi empiris di lapangan (Sujarweni, 2019: 108). Pembuktian valid tidaknya suatu kuesioner dapat dilihat dari jumlah koefisien korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Uji Reliabilitas

Rumus 3. 1 Korelasi *Product Moment*

Sumber : (Sujarweni, 2019: 108)

Keterangan :

r = koefisien dari correlation

n = Jumlah banyaknya subjek

y = skor item

x = skor total dari x

Hasil dari r_{hitung} selanjutnya dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dimana $df = n - 2$ untuk mengetahui apakah data yang diterima dikatakan valid atau tidak, kriterianya (Sujarweni, 2019: 108) :

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka dikatakan valid serta memperlihatkan hubungan yang signifikan.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka dikatakan tidak valid dan tidak memperlihatkan hubungan yang signifikan.

3.8.2.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan patokan suatu konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan maupun pernyataan dalam suatu kuesioner untuk masing-masing variabel (Sujarweni, 2019: 110). Untuk mencari reliabilitas suatu data dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* dengan kriteria jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel, dengan rumus:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right] \quad \text{Rumus 3. 2Cronbach's Alpha}$$

Sumber : (Sujarweni, 2019: 110)

Keterangan :

r = Reliabilitas instrument

k = Total butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Total variasi butir pertanyaan

σ_b^2 = Total varians

3.8.3 aUji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas merupakan uji dengan tujuan untuk menguji apakah data yang berdistribusi dengan normal atau tidak. Dalam uji normalitas terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu : apabila data tersebut standar dapat dicoba dengan uji statistik berjenis parametrik, dan jika data berdistribusi sebaliknya dapat menggunakan uji statistik non-parametrik uji normalitas bisa menggunakan tiga pendekatan yaitu dengan pendekatan histogram, pendekatan *Normal Standardized* dan uji statistik *kolmogorof kolmogorof smirnov* ini memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Angka signifikan = Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal
2. Angka signifikan = Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

3.8.3.2 Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam satu model. Kemiripan yang dimiliki antar variabel independen ini akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Uji ini juga untuk menghindari

kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Pada uji ini kaidah penelitiannya adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance, dimana uji multikolinieritas ini tidak akan terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai dari tolerance kurang dari 0,10.

3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan variance residual satu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya uji ini pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas ditandai jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0. Titik-titik ini tidak hanya mengumpul diatas atau dibawah saja, penyebaran titik ini tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebr kembali penyebaran titik-titik data tidak berpola.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Anlisis dalam penelitian ini yang digunakan untuk mengetahui hubungan dari variabel independen yaitu persepsi (X_1), harapan (X_2) dan service excellenceo (X_3) serta variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Teknik yang digunakan dalam analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS. Metode regresi dalam penelitian ini adalah :

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

Rumus 3. 3 regresi linear berganda

Sumber : Sugiyono (2011 : 275)

Keterangan :

Y	= Kepuasan konsumen
a	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi linier masing-masing variabel
X_1	= Persepsi
X_2	= harapan
X_3	= <i>service excellence</i>
e	= Standar kesalahan

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kontribusi variabel dependen (Y). Koefisien determinasi ini berkisar antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$), yang artinya jika R^2 semakin besar maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen (X) adalah besar terhadap variabel dependen (Y). Dan begitu pula sebaliknya, jika R^2 semakin kecil maka pengaruh variabel independen (X) adalah kecil terhadap variabel dependen (Y). Berikut merupakan rumus dari determinasi (R^2) :

$$KP = r^2 \times 100\% \quad \textbf{Rumus 3. 4 Determinasi (} R^2 \text{)}$$

Keterangan :

KP	= Besarnya koefisien penentu (determinasi)
r	= koefisien korelasi

Koefisien determinasi dalam penggunaannya memiliki kelemahan dimana setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 akan meningkat, dan tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Disebabkan oleh itu banyak peneliti yang mengajukan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi model regresi mana yang terbaik.

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk memastikan keakuratan, maka diperlukan adanya pengajuan hipotesis, jika hipotesis nol ditolak maka digunakan uji hipotesis peneliti (Chandrarin, 2017). uji hipotesis sebagai berikut;

3.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Tujuan dilakukan uji t guna untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel tidak terikat secara parsial terhadap variabel (Ghozali, 2016) pengajuan dilakukan dengan tingkat signifikansi, 0,05 ($\alpha = 5\%$) dengan ketentuan sebagai berikut ;

- a) Jika nilai t Hitung lebih besar dari t tabel dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 (α), maka variabel independen sangat berpengaruh signifikan secara parsial dengan dependen.
- b) Jika nilai t Hitung lebih kecil dari t tabel dan jika tingkat profitabilitas atau signifikansi lebih besar dari 0,05 (α), maka variabel independen tidak berpengaruh parsial terhadap variabel dependen secara signifikan.

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat ada tidaknya pengaruh seluruh variabel independen terhadap dependen secara simultan (Sujarweni, 2019: 228). Tabel ANOVA pada output SPSS menunjukkan hasil dari uji F, atau dapat dihitung memakai rumus :

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{1-R^2}}{\frac{1-R^2}{(n-k-1)}}$$

Rumus 3. 5 rumus f hitung

Sumber : (Sujarweni, 2019: 228)

Keterangan :

R^2 = Efek total variabel x

k = jumlah variabel x

n = total ukuran sampel

Menurut (Sujarweni, 2019: 228) tahap-tahap untuk pengujiannya yaitu:

1. Menentukan formulasi H_0 dan H_a

Hipotesis 4 :

H_0 : Persepsi harapan dan service excellence tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

H_a : Persepsi harapan dan service excellence berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan .

2. Penentuan kesimpulan

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima, H_0 ditolak.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.