

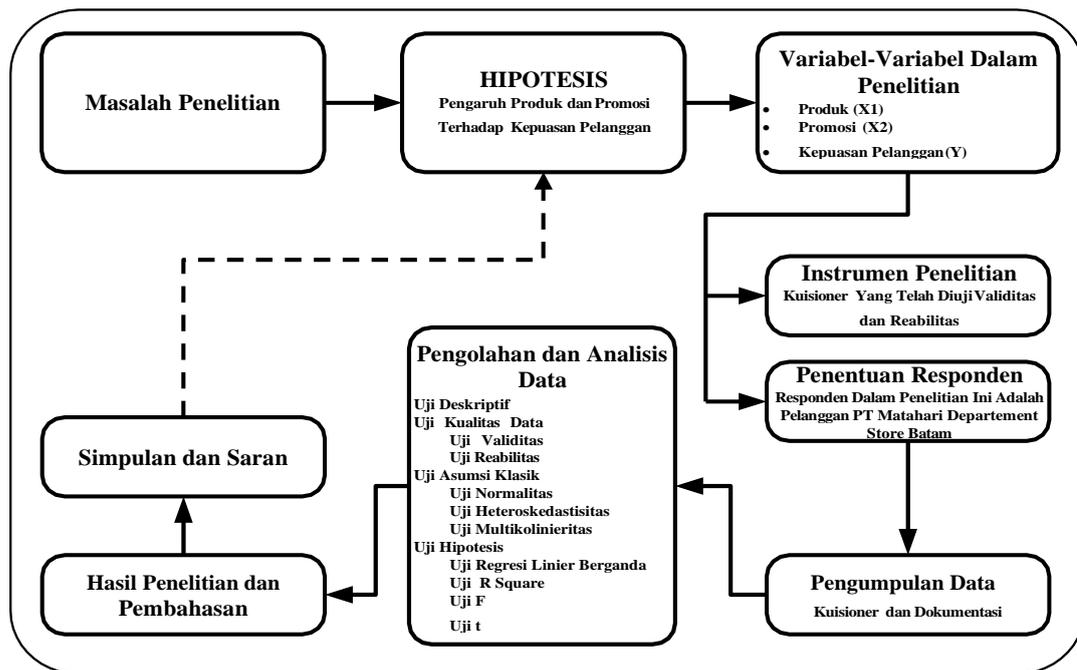
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut (Martono, 2015: 131) desain penelitian adalah penjelasan mengenai berbagai komponen yang akan digunakan peneliti serta kegiatan yang akan dilakukan selama proses penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti menggambarkan sebuah desain adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1. Desain penelitian

Sumber: (Martono, 2015: 43)

Menurut (Martono, 2015: 43) bahwa kita dapat memulai sebuah penelitian dari sudut manapun, akan tetapi alur ceritanya mengikuti skema yang ada. Dapat

dijelaskan mengenai gambar 3.1. Desain penelitian, peneliti memulai penelitian ini berawal mencari suatu teori yang berhubungan dengan penelitian ini. Desain penelitian adalah penjelasan mengenai berbagai komponen yang akan digunakan peneliti serta kegiatan yang akan dilakukan selama proses penelitian”.

Rancangan atau desain penelitian dalam arti sempit dimaknai sebagai suatu proses pengumpulan dan analisis penelitian. Dalam arti luas rancangan penelitian meliputi proses perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam rancangan perencanaan dimulai dengan mengadakan observasi dan evaluasi terhadap penelitian yang sudah dikerjakan dan diketahui, sampai pada penetapan kerangka konsep dan hipotesis penelitian yang perlu pembuktian lebih lanjut. Rancangan pelaksanaan penelitian meliputi proses membuat percobaan ataupun pengamatan serta memilih pengukuran variabel, prosedur dan teknik sampling, instrument, pengumpulan data, analisis data yang terkumpul, dan pelaporan hasil penelitian. (Martono, 2015: 81). Secara umum, jenis penelitian berdasarkan pendekatan analisisnya dibedakan menjadi dua, yaitu kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan ini lazim juga disebut sebagai pendekatan, rancangan, rencana atau desain”. (Martono, 2015: 115).

Menurut (Martono, 2015: 117). Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut.

Penelitian adalah suatu proses mencari sesuatu secara sistematis dalam waktu yang lama dengan menggunakan metode ilmiah serta aturan-aturan yang

berlaku. Untuk dapat menghasilkan suatu penelitian yang baik maka si peneliti bukan saja harus mengetahui aturan permainan, tetapi juga harus mempunyai keterampilan-keterampilan dalam melaksanakan penelitian (Darmadi, 2014: 180).

Menurut (Umar, 2014: 6) desain penelitian adalah suatu rencana kerja yang terstruktur dalam hal hubungan-hubungan antar variabel secara komprehensif, sedemikian rupa agar hasil risetnya dapat memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan riset. Dalam penelitian yang lebih sempit, desain penelitian hanya mengenai pengumpulan dan analisis data saja. Dalam pengertian yang lebih luas, desain penelitian mencakup proses-proses berikut:

1. Identifikasi dan pemilihan masalah penelitian.
2. Pemilihan kerangka konseptual untuk masalah penelitian serta hubungannya dengan penelitian sebelumnya
3. Memformulasikan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan, luas jangkauan, dan hipotesis untuk diuji.
4. Membangun penyelidikan atau percobaan.
5. Memilih serta memberi definisi terhadap pengukuran variabel-variabel.
6. Memilih prosedur dan teknik *sampling* yang digunakan.
7. Menyusun alat serta teknik untuk mengumpulkan data.
8. Membuat *coding* serta mengadakan *editing* dan *prosesing* data.
9. Menganalisa data
10. Pelaporan hasil penelitian untuk mengetahui kekurangan-kekurangan, serta menganjurkan saran-saran.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dan korelasi. Menurut (Kountur, 2013: 108) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan se jelas mungkin. Pada umumnya penelitian deskriptif menggunakan *survey* sebagai metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data melalui *survey* mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Informasi yang diperoleh dari sekumpulan orang
2. Informasi yang diperoleh dari sekumpulan orang tersebut merupakan sampel
3. Informasi diperoleh dari melalui bertanya dengan beberapa pertanyaan.

Penelitian deskriptif dibagi menjadi dua *survey* yaitu: (1) *Cross-sectional survey* yaitu metode pengumpulan data (yang juga merupakan salah satu metode pengumpulan data dari penelitian deskriptif) dimana informasi yang dikumpulkan hanya pada satu saat tertentu. (2) *longitudinal survey* yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan pada waktu yang berbeda sehingga perubahan dapat dilihat.

Adapun pengertian dari metode deskriptif menurut (Nazir, 2014: 54) adalah: “Metode Deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang”. Dengan kata lain penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, Dikatakan deskriptif karena bertujuan memperoleh pemaparan yang objektif khususnya mengenai Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Matahari Departement Store Batam

Desain penelitian korelasi menurut (Kountur, 2013: 111) penelitian yang melihat hubungan antara variabel. Dua atau lebih variabel diteliti untuk melihat hubungan yang terjadi antara mereka tanpa mencoba untuk mengubah atau mengadakan perlakuan terhadap variabel tersebut. Penelitian korelasi digunakan untuk (1) memahami tingkah laku, apa itu tingkah laku manusia atau makhluk hidup lainnya, atau bisa saja tingkah laku benda yang merupakan objek penelitian, dapat dilakukan dengan melihat apakah variabel tertentu pada objek yang akan diteliti tersebut berhubungan dengan variabel tertentu lainnya. (2) membuat prediksi tentang kemungkinan yang akan terjadi. Apabila ada hubungannya antara dua variabel, hal itu berarti jika variabel yang satu diketahui maka kita dapat membuat prediksi apa yang akan terjadi pada variabel lain.

3.2 Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2013: 38), menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Di bagian ini Sugiyono menyatakan bahwa variabel dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda (*different values*). Dengan demikian variabel itu merupakan suatu yang bervariasi.

Selanjutnya (Arikunto, 2013: 161), Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat dirumuskan disini bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan diteliti,

yaitu: (1). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat; (2). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Sedangkan menurut (Nazir, 2014: 152), operasional variabel yaitu suatu definisi yang diberikan pada sebuah variabel dengan cara memberikan atau menspesialisasikan kegiatan yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

Penelitian dengan melihat pengaruh suatu perlakuan dikategorikan ke dalam variabel bebas/penyebab atau independent variable (X), sedangkan variabel tidak terikat/akibat atau dependent variable (Y), menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

3.2.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

(Sugiyono, 2013: 38-39) mendefinisikan variabel bebas adalah sebagai berikut: “Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat)”. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang menjadi sebuah perubahan atau timbulnya Variabel Dependent (terikat), sedangkan (Muhidin & Abdurrahman, 2014: 14) menjelaskan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi, pendapat lain dari variabel bebas menurut (Sarwono & Martadiredja, 2015: 107) yaitu: “Merupakan variabel yang dapat diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.”

Adapun yang menjadi variabel independent (bebas) dalam penelitian ini adalah Produk dan Promosi. Operasional variabelnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1. Operasional Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Produk (X ₁)	1. Kinerja	Matahari Departement Store Batam menawarkan produk pakaian dan tas yang tersedia memiliki ukuran yang lengkap	<i>Likert</i>
		Matahari Departement Store Batam menawarkan produk pakaian, tas dan sepatu memiliki varian warna yang banyak	<i>Likert</i>
		Matahari Departement Store Batam menawarkan produk pakaian, tas dan sepatu memiliki bentuk yang sesuai dengan kebutuhan anda	<i>Likert</i>
	2. Keandalan	Matahari Departement Store Batam menawarkan produk pakaian, tas dan sepatu memberikan berbagai pilihan merek yang terbaik	<i>Likert</i>
		Matahari Departement Store Batam menawarkan produk pakaian, tas dan sepatu yang tersedia memiliki banyak macam model untuk segala usia	<i>Likert</i>
		Matahari Departement Store Batam menawarkan produk pakaian, tas dan sepatu yang tersedia memiliki model yang sesuai dengan trend masa kini	<i>Likert</i>
	3. Keistimewaan	Matahari Departement Store Batam menawarkan produk pakaian, tas dan sepatu yang terbuat dari bahan yang bagus, halus dan nyaman digunakan	<i>Likert</i>
		Matahari Departement Store Batam menawarkan produk pakaian, tas dan sepatu yang mudah dirawat	<i>Likert</i>
		Matahari Departement Store Batam menawarkan produk pakaian, tas dan sepatu yang unik dan hanya terdapat toko Matahari	<i>Likert</i>
	4. Daya Tahan	Matahari Departement Store Batam menawarkan produk pakaian, tas dan sepatu yang awet dan tahan lama	<i>Likert</i>
		Matahari Departement Store Batam menawarkan produk pakaian, tas dan sepatu yang berfungsi dengan baik sesuai dengan apa yang telah ditetapkan	<i>Likert</i>
		Model produk yang ditawarkan oleh Matahari Departement Store memiliki ciri khas	<i>Likert</i>
	5. Kesesuaian	Model produk di Matahari Departement Store mengikuti tren mode yang sedang berlangsung saat ini	<i>Likert</i>
		Terdapat model produk yang baru setiap bulannya di Matahari Departement Store	<i>Likert</i>
		Produk di Matahari Departement Store memiliki warna yang beragam	<i>Likert</i>

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
	6. Penampilan	Produk di Matahari Departement Store memiliki ukuran yang bervariasi	<i>Likert</i>
		Jenis Produk yang ditawarkan di Matahari Departement Store bervariasi.	<i>Likert</i>
		Produk di Matahari Departement Store tidak mudah rusak	<i>Likert</i>
Promosi (X₂)	1. Advertising	Iklan Matahari Departement Store Batam dimedia massa maupun media elektronik sangat menarik	<i>Likert</i>
		Frekuensi penayangan iklan Matahari Departement Store Batam termasuk sering jika dibandingkan dengan iklan toko ritel yang lain	<i>Likert</i>
		Promosi dilakukan melalui majalah dan surat kabar	<i>Likert</i>
	2. Sales Promotion	Tenaga penjual di Matahari Departement Store Batam berhasil meyakinkan anda untuk membeli dan menggunakan produk yang dijual	<i>Likert</i>
		Apa yang dipromosikan oleh tenaga penjual Matahari Departement Store Batam sesuai dengan kualitas produk yang dijual	<i>Likert</i>
		Tenaga penjual di Matahari Departement Store Batam tanggap terhadap keluhan dan kebutuhan pelanggan	<i>Likert</i>
	3. Public Relations	Potongan harga dalam pembelian produk menarik perhatian anda untuk membeli dan menggunakannya	<i>Likert</i>
		Iklan Matahari Departement Store Batam mampu menjangkau semua kalangan	<i>Likert</i>
		Promosi dengan memberi hadiah yang diberikan menarik	<i>Likert</i>
	4. Direct Marketing	Promosi dilakukan melalui katalog gratis secara berkala	<i>Likert</i>
		Promosi dilakukan melalui media internet	<i>Likert</i>
		Pemberian souvenir setelah melakukan pembelian	<i>Likert</i>
	5. Personal Selling	Terdapat hotline untuk menyalurkan keluhan	<i>Likert</i>
		Ada hadiah produk yang diberikan kepada pelanggan	<i>Likert</i>
		Informasi dari penjelasan yang diberikan menarik, jelas, dan sesuai dengan kenyataan sehingga saya berminat untuk membelinya	<i>Likert</i>

3.2.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Menurut (Sugiyono, 2013: 39) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, sedangkan menurut (Muhidin & Abdurrahman, 2014: 14) menjelaskan bahwa variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi variabel independen,

pendapat lain menurut (Sarwono & Martadiredja, 2015: 108), Variabel dependen sering disebut variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependent (terikat) adalah Kepuasan Pelanggan. Operasional variabelnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2. Operasional Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Kualitas Produk	Kualitas produk yang disediakan	<i>Likert</i>
		Ragam produk yang ditawarkan	<i>Likert</i>
		Trend fashion dari produk	<i>Likert</i>
	2. Harga	Harga yang ditawarkan	<i>Likert</i>
		Potongan harga khusus di Merchant MDS	<i>Likert</i>
		Potongan harga khusus bagi anggota New MCC	<i>Likert</i>
	3. Kualitas Pelayanan	<i>Customer service</i> yang disediakan	<i>Likert</i>
		Keramahan pramuniaga	<i>Likert</i>
		Kecepatan pelayanan yang diberikan	<i>Likert</i>
	4. Faktor Emosional	Tata letak toko (layout)	<i>Likert</i>
		Promosi yang ditawarkan	<i>Likert</i>
		Iklan yang digunakan	<i>Likert</i>
	5. Kemudahan	Kualitas pajangan (display)	<i>Likert</i>
		Katalog dan brosur yang disediakan	<i>Likert</i>
		Program New MCC yang ditawarkan	<i>Likert</i>
(Tjiptono, 2015)			

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut (Arikunto, 2013: 173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau

penelitiannya itu disebut studi populasi atau studi sensus. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2013: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Pendapat lain menurut (Riduwan & Kuncoro, 2014: 37) 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.

Berdasarkan pengertian di atas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah PT Matahari Departement Store Batam dengan observasi penelitian pada Pelanggan PT Matahari Departement Store Batam. Populasi pada penelitian ini adalah 564 pelanggan pada Matahari Departement Store (Kepri Mall, Mega Mall dan Nagoya Hill) Batam.

3.3.2. Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013: 81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sedangkan menurut (Arikunto, 2013: 174), yang dimaksud sampel atau contoh adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.

Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi, hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, maka oleh sebab itu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi. Sampel yang akan diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau dapat mewakili. Pendapat lain menurut (Riduwan, 2013: 56) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.

Dalam penelitian ini, proses pengambilan sampling dilakukan dengan menggunakan *cluster* atau *area sampling* yaitu teknik yang memberikan peluang yang sama bagi unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel di wilayah tertentu. Selain menggunakan *cluster* atau *area sampling* penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sistem acak. Karena jumlah populasi melebihi 100 orang, maka penarikan sampel dilakukan secara acak (*Random Sampling*). Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane Tau Slovin. Rumus Slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. (Riduwan, 2013: 65) sebagai berikut:

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

Rumus 3.1. Rumus Slovin

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

α = level signifikansi yang diinginkan, yang umumnya 0,05 untuk non eksakta atau 0,01 untuk eksakta.

Berdasarkan rumus tersebut maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{564}{564 \cdot (0,05)^2 + 1}$$

$$n = 234.0249 \text{ (Dibulatkan Menjadi 234 Responden)}$$

Dari perhitungan yang dilakukan sesuai dengan rumus Taro Yamane maka didapatkan *sample* 234 orang yang berasal dari populasi sebesar 564 Pelanggan dan tingkat presisi yang ditetapkan sebesar sebesar 5 %.

3.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Pada setiap penggunaan statistik selalu berhubungan dengan data, jenis data yang ada dibagi menjadi 2 (dua), yaitu:

1. Data primer diperoleh melalui:

Menurut (Arikunto, 2013: 140) angket atau kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal yang ia ketahui, sedangkan menurut (Sugiyono, 2013: 199) angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, pendapat lain menurut (Umar, 2013: 41), data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah

lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai angket, maka penulis menggunakan angket ini sebagai teknik untuk mengetahui identifikasi upaya PT Matahari Departement Store Batam dalam memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, khususnya dalam melakukan peningkatan Produk dan Promosi guna peningkatan Kepuasan Pelanggan pada PT Matahari Departement Store Batam. Menurut (Arikunto, 2013 :137) angket tertutup berarti angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda *checklist* (√) pada kolom atau tempat yang sesuai. Penentuan skala tertutup ini atas pertimbangan bahwa dengan angket tertutup ini memudahkan responden untuk memilih serta adanya keseragaman jawaban.

2. Data sekunder Menurut (Sugiyono, 2013: 137), sumber sekunder merupakan: “Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”, meliputi misi dan visi, Promosi, infrastruktur PT Matahari Departement Store Batam, gambaran pengsejulan proses akademik, dan lain-lain. Data sekunder diperoleh melalui:

- a) Studi dokumentasi

Menurut (Arikunto, 2013: 201) bahwa dokumentasi dari kata “dokumen” yang artinya barang-barang tertulis. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti nilai

ulangan yang diperoleh dari dokumentasi pendidik mata pelajaran ekonomi. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan pada PT Matahari Departement Store Batam.

b) *Akses Internet*

Data skunder melalui metode ini diperoleh dengan *browsing* di *internet*, membaca berbagai *literatur*, hasil kajian dari peneliti terdahulu, catatan perkuliahan, serta sumber-sumber lainnya yang relevan dengan masalah yang diteliti.

c) *Studi yang relevan*

Studi yang relevan ini digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

3.4.2 Alat Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data disini menggunakan metode primer dan sekunder, dimana data primer dikumpulkan berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan kuesioner, sementara data sekunder didapat dari studi perpustakaan dan studi dokumen yakni pengumpulan data berdasarkan pada buku-buku *literature*, jurnal dan *internet*. Seperti yang telah dipaparkan bahwa kuesioner itu, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2013: 142). Pernyataan pada angket berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengerjaannya dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. Setiap butir pernyataan disertai lima jawaban dengan menggunakan skala skor nilai.

Jawaban kuesioner disajikan dengan *skala Likert*, dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Riduwan, 2013: 81). Dalam *skala Likert* individu yang bersangkutan dinilai dengan menambahkan bobot dari jawaban yang dipilih. Skala yang digunakan adalah skala ordinal yang membedakan kategori berdasarkan jenis atau macamnya. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui Pos, atau *Internet* (Sugiyono, 2013: 142). Pada penelitian ini digunakan kuesioner dengan *skala Likert* dimana pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan nilai 1 sampai dengan 5 untuk mewakili pendapat responden seperti sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, tidak setuju sampai dengan setuju, dan sebagainya.

Tabel.3.3: Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data

Skala Likert	Kode	Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Ragu-Ragu	RR	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: (Sugiyono, 2013: 94)

Dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden yang terpilih sebagai sampel dalam penelitian. Kuesioner berisi daftar pernyataan yang ditujukan kepada responden untuk diisi. Dengan demikian, peneliti akan memperoleh data atau fakta yang bersifat teoritis yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang akan dibahas.

Berdasarkan jenisnya, angket ini termasuk jenis angket tertutup. “Peryantaan tertutup adalah pernyantaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pernyantaan yang telah tersedia”, (Sugiyono, 2013: 142). Jumlah pernyataan pada angket ini adalah sebanyak 234 butir soal dengan bentuk alternatif pilihan jawaban.

Menurut (Sarwono, 2014: 22) skala pengukuran ada empat yaitu nominal, ordinal, interval, dan rasio. Untuk mengukur variabel-variabel tersebut digunakan instrument pengukuran dengan menggunakan skala yang akan digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang/pendeknya atau besar/kecilnya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga apabila digunakan akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan menggunakan alat ukur ini, maka nilai variabel yang diukur dengan menggunakan instrument tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif. Sebelum membuat kuesioner terlebih dahulu dilaksanakan uji coba dengan present, bila semantic diferensialnya lebih dari 5 mengakibatkan responden kebingungan untuk membedakan antara skala gradasi satu dengan yang lainnya. Sedangkan kalau kurang dari 5 juga terlalu sedikit masih ada kesenjangan sehingga kurang bisa membedakan antara setuju dan tidak setuju dengan puas dan tidak puas.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2013: 147) Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau

menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

Sedangkan menurut (Hasan, 2014: 7) menjelaskan bahwa statistik deskriptif adalah bagian dari statistika yang mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data sehingga mudah dipahami. Statistika deskriptif hanya berhubungan dengan hal menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan. Dengan kata statistika deskriptif berfungsi menerangkan keadaan, gejala, atau persoalan. Penarikan kesimpulan pada statistika deskriptif (jika ada) hanya ditujukan pada kumpulan data yang ada.

Analisis deskriptif adalah metode analisis sederhana yang bertujuan untuk mempermudah penafsiran dan penjelasan dengan analisis tabel, grafik, atau diagram. Analisis deskriptif ini digunakan sebagai pendukung untuk menambah dan mempertajam analisis yang dilakukan, membantu memahami masalah yang diteliti serta memberikan gambaran umum tentang suatu fenomena yang terjadi. Analisis deskriptif pada penelitian suatu bertujuan untuk melihat atau mencermati informasi mengenai statistik data demografi responden yang terdiri dari: Jenis Kelamin, Umur, dan Pendidikan.

3.5.2. Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan *valid* dan *reliable* sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

3.5.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan/pernyataan pada kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden yang sebenarnya (Sugiono, 2013: 25). Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor.

Rumusan yang di gunakan untuk mengukur validitas adalah *Corrected Item-Total Correlation* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3.2. *Corrected Item-Total Correlation*

Keterangan:

r_{xy} = skor korelasi

N = banyaknya sampel

X = skor item pertanyaan

Y = skor total item

Hasil uji validitas 30 butir soal masing-masing variabel dinyatakan bahwa, jika $r_{hitung} > 0,361$ (uji dua sisi dengan sig = 0,05) maka 30 butir soal pernyataan tersebut dikatakan *valid* (Muhidin & Abdurrahman, 2014: 41).

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden. Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2013: 268). Uji reliabilitas ini

dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right\}$$

Rumus 3.3. *Cronbach Alpha*

Keterangan:

r_i = reliabilitas instrumen (koefisien *alpha cronbach*)

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_i^2 = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Penelitian ini menggunakan pengukuran one shot dengan bantuan SPSS 20 untuk mengukur *Cronbach Alpha*. Menurut Nunnally (1946) dalam (Ghozali, 2013: 48) instrumen dapat dikatakan andal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih. Jika nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60 maka hasil data hasil angket memiliki tingkat reliabilitas yang baik atau dengan kata lain data hasil angket dapat dipercaya.

Adapun menurut (Umar, 2013: 168) metode *Cronbach's Alpha* digunakan pada skala uji yang berbentuk skala Likert (*scoring scale*), misalnya pengukuran dengan skala 1-5. Uji ini dilakukan dengan menghitung koefisien alpha. Data dikatakan reliabel jika r alpha positif dan r alpha > r tabel = df (α , $n-2$). Umar (2014: 168) menjelaskan untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi digunakan untuk memberikan pre-test, atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan awal yang telah diperoleh, sehingga syarat untuk mendapatkan data yang tidak bias menjadi terpenuhi (Sugiono, 2013: 61). Model regresi (Sugiono, 2013: 87) yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasa (*Ordinary Least Squares/OLS*). Merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linier tidak bias yang terbaik (*Best Linear Unbias Estimator/BLUE*), akan dibahas pada bab 4 berikutnya. Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhinya beberapa uji asumsi klasik sebagai berikut:

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal (Sugiono, 2013: 61). Pengujian yang dapat menunjukkan data normal yang diperoleh apabila nilai signifikansinya *Kolmogorov Smirnov* adalah $> 0,05$. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot (Sugiono, 2013: 69). Pada grafik normal plot, dengan asumsi:

- a) Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

3.5.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas*. Sebaliknya, apabila berbeda disebut *heteroskedastisitas*.

Model regresi yang baik adalah yang *homoskedastisitas* atau tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Cara untuk mengetahui ada tidaknya *heteroskedastisitas* adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan *residualnya* (SRESID). Deteksi terhadap *heteroskedastisitas* dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatter plot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y dan sumbu X yang telah diprediksi, sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized* (Sugiyono, 2013: 2). Dasar analisisnya adalah 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 yang menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3.3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan linier diantara variabel-variabel independen dalam model regresi. Salah satu cara

untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*).

Rumus untuk menghitung VIF (*Variance Inflation Factor*) adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{1-R_i^2}$$

Rumus 3.4. VIF

Dimana R_i^2 adalah koefisien determinasi yang diperoleh dengan meregresikan salah satu variabel bebas X_1 terhadap variabel bebas lainnya. Jika nilai *tolerance* $>0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut. Dan sebaliknya, jika nilai *tolerance* $<0,10$ dan $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas (Sugiono, 2013: 87).

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu Produk (X1), Promosi (X2) mempengaruhi (secara signifikan) variabel terikat, yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan menggunakan metode analisisnya adalah Regresi Linier Berganda, yaitu suatu Metode yang memperlihatkan hubungan antara satu *variable* terikat (*dependent variable*) dengan beberapa variabel bebas (*independent variables*).

Bentuk matematisnya adalah sebagai berikut (Wibowo, 2014: 27):

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \dots + kX_{ki} + \varepsilon_i$$

Model perkiraan regresi linear dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon_i$$

Rumus 3.5. Regresi Linier Berganda

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

β_0 = Konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel Produk (X_1)

β_2 = Koefisien regresi variabel Promosi (X_2)

X_1 = Produk

X_{1i} = Promosi

ε_i = *epsilon* (faktor lain)

3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variabel tidak bebas/terikat (Sugiono, 2013: 135). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Koefisien determinasi disebut koefisien penentu, karena varian yang terjadi pada varian dependen dapat dijelaskan melalui varian yang terjadi pada varian independen (Sugiono, 2013: 191).

Koefisien determinasi yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi (R^2). Korelasi yang digunakan adalah korelasi ganda yaitu korelasi untuk dua variabel independen dan satu variabel dependen. Rumus korelasi ganda (untuk uji R), sebagai berikut:

$$R_{YX1X2} = \sqrt{\frac{r_{YX1}^2 + r_{YX2}^2 - 2r_{YX1}r_{X2}r_{X1X2}}{1 - r_{X1X2}^2}}$$

Rumus 3.6. Korelasi Ganda (untuk uji R)

Keterangan:

R_{YX1X2} = Korelasi antara variabel X1 dengan X2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{YX1} = Korelasi product moment antara X1 dengan Y

r_{YX2} = Korelasi product moment antara X2 dengan Y

r_{X1X2} = Korelasi product moment antara X1 dengan X2

Dari hasil uji R maka R^2 adalah koefisien determinasinya. Dan untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Likert Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

Sumber: Sugiono (2015: 184)

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Bila $R = 0$ berarti diantara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variabel*) tidak ada hubungannya, sedangkan bila $R = 1$ berarti antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*)

mempunyai hubungan kuat. Dalam penelitian ini, untuk mengolah data digunakan alat bantu SPSS 20 (*Statistical Package for Social Science*).

3.5.4.3. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Untuk menguji uji-F dengan rumus (Sugiono, 2013: 129) adalah:

$$F_h = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Rumus 3.7. Uji F

Keterangan:

F_h = besarnya Fhitung

n = jumlah sampel

K = jumlah *variable* independen

R^2 = koefisien determinasi

Dengan formasi hipotesis H_0 dan H_1 :

H_0 : Produk (X_1) dan Promosi (X_2) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Matahari Departement Store Batam (Y).

H_a : Produk (X_1) dan Promosi (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Matahari Departement Store Batam (Y).

F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan dk pembilang = $k = 3$ dan dk penyebut = $(n - k) = 138 - 3 = 135$, dengan taraf kesalahan ($\alpha = 5\%$) maka $F_{tabel} = 3.05$ (lihat tabel distribusi F). Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka koefisien korelasi ganda yang ditemukan adalah signifikan (Sugiono, 2015: 192) atau dilihat dari tingkat probabilitas $< 0,05$ dianggap signifikan atau model *regresi* tersebut dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Sugiyono, 2015: 192).

3.5.4.4. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan $\alpha = 0,05$ dan juga penerima atau penolakan hipotesis.

Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan $\alpha = 0,05$ dan juga penerima atau penolakan hipotesis. Langkah-langkah pengujiannya

adalah menentukan formasi H_0 dan H_a yaitu: Dengan formasi hipotesis H_0 dan

H_a :

H_0 : Produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Matahari Departement Store Batam (Y).

H_a : Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Matahari Departement Store Batam (Y).

H_0 : Promosi (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Matahari Departement Store Batam (Y).

H_a : Promosi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Matahari Departement Store Batam (Y).

Level of Significant sampel 234 orang, $\alpha = 5\%$ uji dua pihak dan dk (derajat kebebasan) = $n - 3$ penerimaan atau penolakan hipotesis. (derajat kebebasan) = $n - 3$, maka $t_{tabel} = 1,65$ (lihat pada tabel distribusi t) dengan menentukan kriteria pengujian yaitu apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Sejarah PT Matahari Departement Store, Tbk dimulai pada tahun 1958 yang merupakan cikal bakal toko Matahari di area Pasar Baru, Jakarta. Didirikan oleh Bapak Hari Darmawan, yang reputasi dan pengalamannya sangat terkenal di pasar domestik dan internasional. Beliau adalah seorang pengusaha yang

dihormati dalam industri ritel. Logo Matahari diciptakan pada tahun 1972, dan pada tahun ini juga Matahari menjadi pelopor konsep Department Store di Indonesia. Tahun 1975, Matahari mengubah target pasarnya menjadi kelas menengah dan banyak menjual pakaian dalam negeri. Pada tahun 1996, pemegang saham mayoritas Matahari diubah tangan dari Bapak Hari Dar mawan ke LIPPO GROUP - Indonesia. Transisi kepemilikan membawa Matahari ke struktur dan strategi bisnis baru. Tahun 1998, Kantor Pusat Matahari dipindahkan dari jalan Samanhudi, Jakarta Pusat ke Menara Matahari, Karawaci Tangerang. Selanjutnya pada tahun 2002, Matahari membentuk Tim Manajemen Baru, dan menetapkan bisnis inti yaitu Matahari Department Store dan Matahari Supermarket. Matahari menjadi Unit Bisnis yang transparan dan independen. Pada tahun 2004, 2005, 2006, dan 2007 Matahari mendapatkan Gold Award bergengsi di Asia Pasik Ritel Top 500 Awards. Saat ini Matahari dipimpin oleh Benjamin J. Mailool, seorang mantan banker dan CEO bisnis property. Matahari menjadi ujung tombak dominasi pasar di dalam industri untuk menjadi peritel modern terkemuka di Indonesia dalam semua aspek ritel.

1. Matahari Department Store - Kepri Mall, JL Jenderal Sudirman· Telpon: (0778) 749000.
2. Matahari Departemen Store - Ground Floor Mega Mall Batam Center, JL Engku Putri· Telpon: (0778) 470100.
3. Matahari Department Store Mega Mall Batam, Mega Mall Batam Centre Mega Mall Batam Lt. 1, Jalan Engku Putri No. 1. Telpon: (0778) 470122.
4. Matahari Department Store - Nagoya Hill Jl. Teuku Umar Nagoya, Komplek Super Block Nagoya Hill. Telpon: (0778) 7493555.

5. Matahari Pasar Sentosa Perdana "SP Mall" Blok K No. 144, JL R Soeprpto, Tembesi Sagulung. Telpon: (0778) 395111.
6. Matahari Ruko Botania, JL Abuyaltama, Batam Center. Telpon: (0778) 465222.
7. Matahari Pasar Aviari, Blok D 28, JL Batu Aji, Buliang, Batu Aji. Telpon: (0778) 7366445.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Penelitian mengambil waktu selama 4 (empat) Bulan terhitung sejak Bulan Oktober 2017 sampai dengan Januari 2018. Sedangkan jadwal penelitian disesuaikan dengan kondisi jadwal yang telah ditetapkan selama 4 (empat) Bulan.

Tabel 3.5. Jadwal Penelitian

No	Tahapan Kegiatan	Waktu Pelaksanaan													
		Okt'17			Nov'17				Des'17				Jan'18		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Pengajuan judul	■	■												
2	Penentuan objek penelitian		■	■											
3	Pengajuan BAB 1			■	■	■	■								
4	Pengajuan BAB 2					■	■	■	■						
5	Pengajuan BAB 3							■	■	■	■				
6	Penyebaran Kuisiонер									■	■	■			
7	Pengumpulan Kuesiонер & Pengolahan Data											■	■	■	
8	Pengajuan BAB 4 & 5												■	■	■
9	Pengumpulan Skripsi														■

Sumber: Penulis (2017)