

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PW Laundry kotapinang Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan

2. Waktu Penelitian.

Penelitian dilakukan penulis mulai dari Agustus 2022 sampai dengan dengan bulan November 2022, penelitian ini meliputi peninjauan langsung di PW Laundry Kec.Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2023																															
		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Pengajuan Judul																																
2	Persetujuan Judul																																
3	Penyusunan Proposal																																
4	Seminar Proposal																																
5	Pengumpulan Data																																
6	Penyusunan Hasil Penelitian																																
7	Sidang Meja Hijau																																

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat

perhatian seorang peneliti karena itu di pandang sebagai sebuah semesta penelitian. (Ferdinand, 2015: 171). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen PW Laundry Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan dari bulan April s/d Mei 2023 yang berjumlah 30 orang.

2. Sampel Penelitian

Menurut (Affan, 2013) Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti. Penelitian menggunakan sampling sensus. Menurut (Hermawan, 2019) Sampling sensus adalah teknik penentuan sampel yang digunakan apabila sampel kurang dari 100. Teknik penentuan sampel dimana seluruh orang/konsumen dijadikan sampel, sehingga jumlah sampel penelitian adalah 30 orang.

C. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti yang terdiri dari :

1. Variabel independen (variabel bebas) adalah :
 - a) Harga (X_1)
 - b) Promosi (X_2)
 - c) Kualitas Pelayanan (X_3)
2. Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas sehingga variabel dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan adalah permulaan dari kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas, apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya pelayanan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan yang diterima dari produk yang telah terjual.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan dibandingkan dengan pelayanan lain. 2. Elemen-elemen terukur tentang kinerja praktik lainnya 3. Fungsional pelayanan bagi konsumen. 4. Desain dan varian produk dibandingkan dengan produk lain. (Kotler & Armstrong, 2020) 5. 	Skala Likert
Harga (X ₂)	satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga produk terhadap dayabeli konsumen. 2. Kesesuaian harga dengan Kualitas produk. 3. Kesesuaian harga dengan fungsional produk. 4. Harga jasa bersaing 	Skala Likert

		5. Adanya diskon (potongan harga)	
Promosi (X ₃)	Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu maupun rumah tangga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi melalui Media sosial 2. Promosi melalui Media elektronik 3. Spanduk yang menarik 4. Adanya Discount 5. Adanya promosi dari mulut ke mulut 	Skala Likert
Kepuasan konsumen (Y)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang diperkirakan terhadap hasil yang diharapkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Datang kembali 2. Kualitas pelayanan 3. Harga terjangkau 4. Hasil produk bersih dan wangi 5. Kemudahan dengan layanan delivery 	Skala Likert

Sumber : Data diolah (2023)

Menurut (Sugiyono, 2017:63) Penelitian asosiatif merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah asosiatif, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pratama Laundry di Kotapinang.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:23).

D. Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer, data Primer adalah data yang langsung diperoleh dari obyek penelitian, dimana jenis data dan informasi yang dikumpulkan langsung dari PW. Laundry.
2. Data Sekunder, data Sekunder adalah data tambahan lainnya yang diberikan oleh PW Laundry Kotapinang seperti informasi mengenai gambaran umum perusahaan serta bacaan-bacaan pustaka yang menunjang.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuisisioner

Kuisisioner adalah pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada Konsumen yang ada di PW Laundry Kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan merupakan hal penting, mengingat pengumpulan data ini dilakukan dengan kuisisioner dan di harapkan data yang diperoleh dapat dianalisis dan diinterpretasikan untuk diambil kesimpulan.

2. Studi Kepustakaan

Dilakukan dengan mengumpulkan data dan mempelajari data-data yang diperoleh dari buku literatur, jurnal, majalah dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu alat pengukur dikatakan valid apabila skala tersebut

digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Kurniawan & Nugroho, 2019)

Uji Validitas akan dilakukan di PW Laundry Penyebaran kuisisioner khusus dalam uji validitas dan reliabelitas diberikan kepada 34 orangresponden. Menurut (Sumadhinata & Sukandi, 2016) untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkolerasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrument ini adalah Product Moment dari Karl Pearson, sebagai berikut :

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

Kriteria untuk menentukan validitas tidaknya suatu kuisisioner, adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{table}$ maka pertanyaan tersebut valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{table}$ maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan bantuan software *Microsoft Office Excel* dan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Berikut hasil hitungan validitas setiap variabelnya.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Hadi P, 2016) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel.

Uji reliable ini dilakukan setelah uji validitas dan yang diuji merupakan pertanyaan yang udah valid. Kriteria dalam menentukan reliabilitas suatukuisisioner adalah pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS terhadap 30 responden di PW Laundry

G. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis dan menyajikan data kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui gambaran perusahaan yang disajikan sampel penelitian. Dengan menggunakan statistic deskriptif maka dapat diketahui nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan *skewness* (Dwiantono, n.d.) penganalisan data dilakukan dengan cara menyusun data, mengelompokkannya, kemudian menginterpretasikannya sehingga diperoleh gambaran yang sebenarnya mengenai kondisi perusahaan.

2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas memiliki tujuan menguji model regresi variable / residual distribusi normal. Dengan melihat *norma lprobability plot* yang membandingkan

distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan dapat membentuk satu garis lurus diagonal, dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Namun uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan karena visual dapat kelihatan tidak normal padahal secara statistic bisa sebaliknya. (Yusmeiliani, 2018)

2) Uji Multikolinearitas

Uji ini untuk mengetahui apakah model regresi terjadi adanya korelasi antar variable bebas (*independen*). Model regresi yang baik itu seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mengetahui adanya atau tidaknya Uji multikolinearitas didalam model regresi, yakni dengan melihat dari nilai *tolerance* dan lawannya yaitu *varianceinflation factor* (VIF). Dan kedua ukuran ini menunjukkan bahwa setiap variable bebas manakah yang dijelaskan oleh variable bebas lainnya. *Tolerance* mengukur varabelitas variable bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* >0.0 , atau sama dengan nilai VIF < 10 . Apabila di dalam model regresi tidak ditemukan asumsi deteksi seperti diatas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas, dan demikian pula sebaliknya. (Satria, 2018)

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual satu pengamatan dan kepengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat adaditidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual. Jika pola tertentu yang teratur maka terjadi heteroskedastisitas. Dan jika

tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Handayani Barus et al., 2016)

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Hendrich & Trianto, 2019) analisis regresi berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variable independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variable dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variable independen dengan variable dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variable dependen apakah nilai variable independen mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai factor predictor di manipulasi (di naik turunkan nilainya). Analisis ini menggunakan rumus persamaan berikut :

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

Keterangan:

Y = Keputusan Penggunaan

a = Konstanta

$b_1-b_2-b_3-b_4$ =

Koefisien Regresi X_1

=

Inovasi Produk

X_2 = Kuantitas Pelayanan

X_3 = Fasilitas

X_4 = Harga

e = *Standard Error*

4. Uji Hipotesis

Suatu hitungan statistik disebut signifikan secara statistic apabila nilai uji statistik berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya

disebut tidak signifikan bila nilai uji statistic berada dalam daerah dimana H_0 diterima. Dalam uji ini ada tiga jenis kriteria ketetapan yang harus dilakukan yaitu:

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Uji Signifikansi Parsial (uji-t) adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variable penjelasan individu dalam menerangkan variasi variable terkait. Apabila signifikan t lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka dapat diketahui variabel bebasnya memberikan pengaruh yang nyata terhadap variable terkaitnya.

Penelitian menguji hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dengan menggunakan uji statistik t (t test). Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Uji-F pada dasarnya mengajukan apakah semua variable bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable terkait. Uji secara simultan (uji-f) dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah variable-variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang nyata terhadap variable dependen di uji dengantingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 5\%$.