

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kualitas pelayanan jasa, promosi, harga, serta kepuasan konsumen terhadap salon Bonhica Home Beauty melalui pengujian hipotesis. Penelitian dilaksanakan bagi konsumen yang melakukan treatment di salon Bonhica Home Beauty.

Berhubung penelitian ini bersifat deskriptif dan verikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka metode penelitian yang dilakukan adalah metode *survey* dan *explanatory survey*, yaitu suatu metode yang tidak hanya melihat gambaran umum dari variabel atau hubungan antar variabel, juga untuk melihat apakah terdapat pengaruh antar variabel dan sejauh mana pengaruh itu ada.

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakannya suatu penelitian. Adapun lokasi penelitian ini berada di kota Rantau Prapat, jalan Siringo-Ringo, kabupaten Labuhan Batu, kecamatan Rantau Utara. Dimana peneliti mengumpulkan data, melakukan observasi, angket, dan wawancara yang berkaitan dengan batasan masalah dalam penelitian ini. Dengan objek penelitian ialah anggota (karyawan) serta konsumen-konsumen yang pernah melakukan berbagai treatment pada salon *Bonhica Home Beauty*.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak Mei 2024 sampai dengan Juli 2024, yang mana telah dilakukannya penelitian ini dalam jangka waktu 3 bulan.

3.1.3 Tabel Jadwal Penelitian

Jadwal Penelitian 2024																		
No.	Kegiatan	Mei				Juni				Juli					Agustus			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV
1	Persiapan/ Pengumpulan Data																	
2	Pengolahan Data																	
3	Penyusunan Proposal																	
4	Masa Bimbingan (Pembimbing II)																	
5	Masa Bimbingan II (Pembimbing I)																	
6	Acc Proposal Doping I & II																	
7	Persiapan Berkas																	
8	Seminar Proposal																	
9	Penyelesaian Bab IV & Bab V																	

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian 2024

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah dimana populasi merupakan objek yang menjadi pusat perhatian. Populasi dalam penelitian ini ialah masyarakat atau konsumen yang melakukan treatment pada salon Bonhica Home Beauty di kota Rantauprapat, kecamatan Rantau Utara, kabupaten Labuhan Batu.

Populasi yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah konsumen yang menggunakan jasa treatment (perawatan) pada salon Bonhica Home Beauty di kota Rantauprapat yang berjumlah 3.894 konsumen dari tahun 2021 hingga tahun 2023.

Tabel 3.2 Jumlah Populasi Penelitian

Bulan	Tahun 2023
Januari	142
Februari	162
Maret	149
April	292
Mei	182
Juni	156
Juli	114
Agustus	99
September	126
Oktober	141
November	145
Desember	165

Sumber: Data Penelitian 2024 (Data diolah)

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel ialah bagian dari kuantitas dan karakteristik yang dimiliki pada populasi. Sampel pada penelitian kali ini ditetapkan dengan menggunakan pendapat Slovin, dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan: n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = standart error (10%)

Pada penelitian kali ini, penulis mengambil total populasi sebanyak 3.894 orang, maka dari itu jumlah sampelnya sebanyak:

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

$$n = \frac{1.873}{1 + 1.873 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.873}{19,73}$$

n = 94,93157 dibulatkan menjadi 95.

Maka total sampel ialah 95 orang.

Dengan tingkat standart error sebanyak 10%.

Pertimbangan pemilihan sampel antara lain adalah minimal Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Dimana konsumen yang masih duduk dibangku Sekolah Dasar (SD) tidak dipilih sebagai sampel, serta konsumen yang buta huruf tidak dipilih menjadi sampel.

- Konsumen/semua kalangan
- Konsumen/hanya wanita
- Konsumen/menurut umur

3.3 Definisi Operasionalisasi Variabel

Adapun penelitian dan pengertian operasionalnya diperjelas dalam Tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
PELAYANAN JASA (X₁)	menurut Kotler & Keller (2016:486) pelayanan jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bahan/bukti fisik (<i>Tangibles</i>) ▪ Keandalan (<i>Reliability</i>) ▪ Tanggapan (<i>Responsiveness</i>) ▪ Jaminan (<i>Assurance</i>) ▪ Empati (<i>Emphaty</i>) 	Likert
PROMOSI (X₂)	Menurut (Tjiptono:1997) merupakan bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keterlibatan konsumen ▪ Konversi ▪ Retensi pelanggan ▪ Return On Investment (ROI) ▪ Peningkatan <i>Traffic</i> ▪ Umpan balik dari pelanggan ▪ Keberlanjutan <i>Brand Awareness</i> 	Likert

<p style="text-align: center;">HARGA (X₃)</p>	<p>Menurut Kotler & Keller (2016:25) harga sebagai sejumlah nilai yang dikeluarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keterjangkauan harga ▪ Kualitas produk/jasa ▪ Kegunaan sesuai dengan kebutuhan ▪ Perbandingan harga produk/jasa 	<p style="text-align: center;">Likert</p>
<p style="text-align: center;">KEPUASAN KONSUMEN (Y)</p>	<p>Menurut Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen ialah merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perasaan puas ▪ Pembelian berulang produk/jasa ▪ Rekomendasi ▪ Harapan ▪ Cara iklan 	<p style="text-align: center;">Likert</p>

Sumber: Data Penelitian 2024 (Data diolah)

3.4 Jenis Dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Data kualitatif, yaitu data yang pengumpulannya dikumpulkan secara langsung misalnya wawancara dan observasi.
2. Data kuantitatif, yaitu data yang dicari menggunakan suatu penelitian contohnya penyebaran kuesioner.

3.4.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini sangat diperlukan data sekunder dan primer. Sumber data merupakan sesuatu yang bisa memberikan sebuah informasi mengenai data.

1. Data sekunder, ialah berupa data-data yang diperoleh dari dokumentasi atau laporan-laporan yang tersedia pada salon Bonhica Home Beauty di kota Rantauprapat, kabupaten Labuhan Batu, Sumatera Utara dan sumber pustaka yang relevan.
2. Data primer berupa pelayanan jasa, promosi, harga, dan kepuasan konsumen yang diperoleh dari penelitian empirik pada para konsumen salon Bonhica Home Beauty di kota Rantauprapat, kabupaten Labuhan Batu, Sumatera Utara.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan teknik pengumpulan data/informasi dengan cara melakukan kajian pustaka juga studi lapangan antara

lain yaitu wawancara, angket, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Adapun pengertian dari beberapa teknik yang penulis jabarkan diatas sebagai berikut:

1. Kajian pustaka dan laporan terkait serta bahan-bahan tertulis yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.
2. Studi lapangan, yaitu pengumpulan data yang langsung terjun ke lapangan dengan cara sebagai berikut:
 1. Wawancara, yaitu proses memperoleh keterangan untuk mengetahui tingkat pemahaman, kesadaran, nilai, dan atribut produk dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan responden menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara)
 2. Angket, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis untuk dijawabnya. Bentuk kuisisionernya adalah kuisisioner terstruktur, pernyataan yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dalam memberi jawaban pada beberapa alternatif saja ataupun kepada satu jawaban saja (Nazir, 1999:250).
 3. Observasi, ialah cara pengambilan data dengan pengamatan tanpa ada alat standar lain untuk keperluan tersebut, yaitu mengadakan pengamatan langsung terhadap kualitas pelayanan, promosi, harga, dan kepuasan konsumen pada salon Bonhica Home Beauty di kota Rantauprapat, kabupaten Labuhan Batu.
 4. Dokumentasi, suatu teknik pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan mencatat dokumen yang berhubungan dengan variabel penelitian.

Kuesioner pada penelitian ini diukur dengan memakai skala Likert's. Menurut Sugiyono (2012:132) bahwa skala Likert's ialah skala yang dipakai untuk mengukur pendapat, sikap, dan tanggapan seseorang atau kelompok orang mengenai kejadian sosial. Adapun kontribusi skor memakai skala Likert's mempunyai tingkatan sangat positif sampai sangat negative menyatakan pada kelima pilihan jawaban berikut seperti pada tabel yang penulis buat dibawah ini:

Tabel 3.4 Instrument Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (ST)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sanagt Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Uji Instrument Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Penjelasan validitas pada penelitian ialah bagian dari ketetapan alat ukur penelitian terhadap isi sesungguhnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang dipai untuk mengukur benar atau valid tidaknya suatu angket. Suatu angket dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner/angket dapat menerangkan sesuatu yang ditakar oleh angket tersebut.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas

Variabel Pelayanan Jasa (X1)

Pernyataan	Indeks	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,580	0,183	Valid
X1.2	0,711	0,183	Valid
X1.3	0,676	0,183	Valid
X1.4	0,667	0,183	Valid
X1.5	0,570	0,183	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (angket), 2024

Variabel Pelayanan Jasa (X1) tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel pelayanan jasa didalam kuisioner dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung (Indeks) lebih besar dari r tabel.

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas

Variabel Promosi (X2)

Pernyataan	Indeks	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,663	0,183	Valid
X2.2	0,703	0,183	Valid
X2.3	0,795	0,183	Valid
X2.4	0,772	0,183	Valid
X2.5	0,629	0,183	Valid
X2.6	0,695	0,183	Valid
X2.7	0,795	0,183	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (angket), 2024

Variabel Promosi (X2) tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel promosi didalam kuisisioner dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung (Indeks) lebih besar dari r tabel.

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas

Variabel Harga (X3)

Pernyataan	Indeks	r Tabel	Keterangan
X3.1	0,810	0,183	Valid
X3.2	0,807	0,183	Valid
X3.3	0,790	0,183	Valid
X3.4	0,738	0,183	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (angket), 2024

Variabel Harga (X3) tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel harga didalam kuisisioner dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung (Indeks) lebih besar dari r tabel.

Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	Indeks	r Tabel	Keterangan
Y.1	0,665	0,183	Valid
Y.2	0,765	0,183	Valid
Y.3	0,832	0,183	Valid
Y.4	0,720	0,183	Valid
Y.5	0,792	0,183	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (angket), 2024

Variabel Kepuasan Konsumen (Y) tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen didalam kuisisioner dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung (Indeks) lebih besar dari r tabel.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ialah menunjukkan suatu nilai reliable suatu penelitian dimana hasil penelitian yang baik akan menunjukkan hubungan yang reliabel. Apabila penelitian mempunyai tingkat reabilitas yang tinggi diartikan bahwa penelitian tersebut memiliki nilai yang layak untuk diuji kepenelitian selanjutnya.

Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Batasan	Keterangan
Pelayanan Jasa	0,619	0,60	Reliabel
Promosi	0,841	0,60	Reliabel
Harga	0,793	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,808	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian (angket), 2024

Hasil uji menunjukkan seluruh hasil lebih besar dari cronbach's alpha yaitu diatas 0,60 sehingga seluruh pernyataan dinyatakan reliabel dan layak untuk dipergunakan.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

Dalam memperoleh regresi yang baik maka harus memenuhi dugaan yang diisyaratkan agar melengkapi uji asumsi normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heterodastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini menguji penyebaran data yang dinyatakan dalam bentuk grafik kemudian hasil akan menunjukkan apakah data tersebut berdistribusi normal/tidak.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini dipakai untuk mengetahui ada atau tidaknya kekeliruan asumsi klasik multikolinieritas seperti adanya hubungan linear antara variabel independent pada model regresi.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini biasanya dipakai untuk mengetahui apakah adanya korelasi antar sesama tingkatan pengamatan dari waktu ke waktu.

4. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini memiliki harapan dalam menguji apakah dalam model regresi adanya ketidaksamaan ragam dari residual satu pengamatan lain tetap atau bahkan berbeda.

3.7.2 Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda ini dipakai dalam menarik sebuah ketentuan tentang karakter populasi yaitu seraya menggunakan data sampel. Regresi linear berganda ini digunakan agar dapat mengetahui berapa tingginya pengaruh pelayanan jasa, promosi, harga, terhadap kepuasan konsumen pada salon Bonhica Home Beauty Rantauprapat secara bersama-sama dalam suatu persamaan regresi linear berganda.

Dalam teknik ini digunakan lebih dari satu variabel bebas dengan satu variabel terikat, dengan rumus:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana: Y = Kepuasan Konsumen

- a = intercept / konstan
- b1, b2, b3 = koefisien regresi
- X1 = Pelayanan Jasa
- X2 = Promosi
- X3 = Harga
- e = standart error 10%

3.7.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk menguji secara keseluruhan apakah hipotesis yang telah disusun sesuai atau tidak dengan hasil penelitian, pengujian inilah yang akan membuktikan hipotesis yang ada.

➤ Uji Signifikan Parsial (Uji T)

bentuk pengujiannya yaitu sebagai berikut:

1. $H_a = 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas yaitu pelayanan jasa (X1), promosi (X2), dan harga (X3) dengan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).
2. $H_o \neq b1 \neq 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas yaitu pelayanan jasa (X1), promosi (X2), dan harga (X3) dengan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a diterima
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_o

Jika tingkat signifikan dibawah 0,1 maka H_a ditolak dan H_o diterima.

➤ Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Perumusan hipotesisnya yaitu:

1. $H_a : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel bebas (*independent variabel*) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependen variabel*).
2. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.
 - a. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_o diterima atau H_a ditolak.
 - b. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_o ditolak atau H_a diterima.

Jika tingkat signifikan dibawah 0,1 maka H_o ditolak atau H_a diterima.

➤ Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini untuk melihat sejauh mana partisipasi variabel penelitian dimana dapat dilihat persentase pengaruh yang diberikan sehingga menjadi gambaran bahwa variabel penelitian memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

3.8 Kuesioner Penelitian (Angket)

3.8.1 Petunjuk Pengisian

Pengisian ini dilakukan dengan cara memberikan tanda ceklis (✓) pada salah satu jawaban yang paling tepat menurut responden, setiap pernyataan hanya memiliki satu jawaban.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

ST : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

3.8.2 Identitas Responden

Identitas responden merupakan keterangan penting yang harus diperoleh dari responden berupa data kuisisioner yang disebarkan oleh penulis yang berisikan mengenai nama lengkap, usia, jenis kelamin, serta tingkat pendidikan. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat melihat tingkat perbandingan kedudukan masyarakat dari seluruh responden pada kuesioner yang peneliti buat.

Berikut susunan identitas responden:

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

3.8.3 Daftar Pernyataan

Daftar pernyataan ialah point-point dari setiap variabel dalam kuesioner yang menjadikan responden sebagai objek utama (tokoh utama) dalam menjalankan kuesioner yang penulis perbuat.

➤ Variabel Pelayanan Jasa (X1)

No.	Pernyataan	Jawaban Responden				
		SS	ST	KS	TS	STS
1	Fasilitas dari salon <i>Bonhica Home Beauty</i> lengkap dan bersih.					
2	Salon <i>Bonhica Home Beauty</i> selalu cekatan dan tepat dalam melayani pelanggan (konsumen)					
3	Salon <i>Bonhica Home Beauty</i> mampu memberikan solusi yang dibutuhkan konsumen					
4	Adanya keyakinan yang diberikan oleh salon <i>Bonhica Home Beauty</i> dalam menangani pelanggan (konsumen)					
5	Adanya pelayanan lebih dekat (seperti kenalan lama) atau perasaan lebih akrab (pelanggan tetap) yang diberikan oleh salon <i>Bonhica Home Beauty</i>					

Sumber: Tabel 3.10 Kuesioner Penelitian (Angket), 2024

➤ Variabel Promosi (X2)

No.	Pernyataan	Jawaban Responden				
		SS	ST	KS	TS	STS
1	Iklan yang ditayangkan menarik perhatian					
2	Promosi yang ditayangkan menarik minat beli pelanggan (konsumen)					
3	Ada hasrat untuk membeli dan datang kembali					
4	Media promosi yang dilakukan salon <i>Bonhica Home Beauty</i> sebanding dengan harga nilai jual					

5	Adanya peluang salon <i>Bonhica Home Beauty</i> untuk menaikkan media promosi menjadi lebih baik lagi					
6	Pelanggan (konsumen) merasa puas dengan solusi atas keluhan yang diberikan					
7	Promo atau potongan harga yang diberikan selalu menarik minat kembali pelanggan (konsumen)					

Sumber: Tabel 3.11 Kuesioner Penelitian (Angket), 2024

➤ **Variabel Harga (X3)**

No.	Pernyataan	Jawaban Responden				
		SS	ST	KS	TS	STS
1	Pelanggan (konsumen) merasa setimpal antara produk dan harga					
2	Pelanggan (konsumen) tidak merasa kecewa dengan harga yang relatif tinggi					
3	Harga yang tinggi sebanding dengan kualitas yang diberikan oleh salon <i>Bonhica Home Beauty</i>					
4	Harga yang relatif tinggi memberikan ketertarikan pelanggan dengan kualitas produk ataupun pelayanan salon <i>Bonhica Home Beauty</i>					

Sumber: Tabel 3.12 Kuesioner Penelitian (Angket), 2024

➤ **Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

No.	Pernyataan	Jawaban Responden				
		SS	ST	KS	TS	STS
1	Pelanggan (konsumen) merasa puas terhadap produk atau treatment yang dilakukan pada salon <i>Bonhica Home Beauty</i>					
2	Pelanggan (konsumen) selalu kembali datang untuk melakukan treatment pada salon <i>Bonhica Home Beauty</i>					

3	Pelanggan (konsumen) yang pernah melakukan treatment mengajak konsumen lainnya untuk melakukan treatment pada salon <i>Bonhica Home Beauty</i>					
4	Produk (jasa) treatment yang dilakukan sesuai dengan ekspektasi (harapan) konsumen					
5	Iklan produk (jasa) yang ditayangkan selalu akurat dan memberikan kepuasan					

Sumber: Tabel 3.13 Kuesioner Penelitian (Angket), 2024