

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

###### 1. Lokasi Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan di **CAHAYA OLSHOP** terletak di Jalan Telaga Kepenghuluan Pulau Jemur Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.

###### 2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dimulai dari bulan Desember 2022 berakhir pada bulan Februari 2023.

**Tabel 3.1**  
**Jadwal Kegiatan Penelitian**

N o	Kegiatan	Jadwal Penelitian																											
		Okt 2022				Nov 2022				Des 2022				Jan 2023				Feb 2023				Mar 2023							
		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 dan Pengolahan Data																												
6	Penyusunan Skripsi																												
7	Sidang Meja Hijau																												

## B. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2017) populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri beberapa obyek dan subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari kemudian untuk ditarik kesimpulannya.

Atas dasar penjelasan yang telah diuraikan maka yang menjadi populasi dalam riset ini adalah konsumen yang pernah berkunjung lebih dari 2 (dua) kali ke Toko Cahaya Olshop dimana jumlahnya 120 Orang

### 2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik didalam jumlah dari populasi.

Ukuran sampel dapat ditentukan dengan memakai rumus Slovin.

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

Dimana :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : toleransi ketidak telitian (10%) sehingga:

$$n = \frac{120}{1 + 120(0,1)^2}$$

54,5 = 55 orang.

Dari formula diatas didapat jumlah sample sebanyak 55 orang responden. (Muhammad, 2013) berpendapat bahwa tehnik yang dipakai dalam pengambilan sample ini ialah random sampling, ini merupakan tehnik nonprobability sampling yang memilih sejumlah orang yang diseleksi oleh peneliti berpengalaman didasari berbagai ciri khusus yang dimiliki sample tersebut, dipandang mempunyai berkaitan erat dengan ciri atau sifat populasi yang telah diketahui sebelumnya.

Karakteristik pemilihan jumlah sample adalah :

- a) Orang yang sudah pernah maupun sedang belanja di Cahaya Olshop.
- b) Berusia minimal 15 tahun, sebab dianggap sudah paham untuk menjawab kuesioner yang diberikan.

### **C. Defenisi Operasional Variabel**

Untuk menjelaskan variabel yang dimaksudkan dalam penelitian ini, maka perlu definisi operasional variabel dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dalam penelitian. Definisi operasional yaitu suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti dari membenarkan kegiatan atau suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel Bebas (X) yaitu Variabel yang nilainya tidak bergantung pada variabel lain, terdiri dari Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Citra Merek (X3) dan Lokasi (X4).
2. Variabel Depeden (Y) terdiri dari : Kepuasan Pelanggan (Y)

**Table 3.2**  
**Defenisi Operasional Variabel**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Defenisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Harga ( $X_1$ )	<p>Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli.</p> <p>(Kotler &amp; Keller, 2015)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesusian harga dengan kualitas</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Manfaat</li> <li>5. Keputusan Konsumen</li> </ol>	Likert
Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	<p>Kualitas dari pelayanan adalah suatu usaha untuk dapat mencukupi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dengan menggunakan sebuah jasa dan melakukan penyampaian dengan tepat agar dapat mencapai harapan pelanggan. Yang disebut dengan harapan pelanggan adalah suatu</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</li> <li>2. Keandalan (<i>Reliability</i>)</li> <li>3. Daya Tanggap (<i>Responsivene ss</i>)</li> <li>4. Jaminan</li> </ol>	Likert

	<p>keyakinan yang dimiliki oleh pelanggan dalam sebelum membeli produk yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan dalam penilaian kinerja suatu produk tersebut.</p> <p>(Situmeang, 2017)</p>	<p>(<i>Assurance</i>)</p> <p>5. Empaty</p> <p>(<i>Empathy</i>)</p>	
<p>Citra Merek (<math>X_3</math>)</p>	<p>Citra merek merupakan asosiasi dari semua informasi yang tersedia mengenai produk, jasa dan perusahaan dari merek yang dimaksud.</p> <p>Hogan dalam (Indrasari, 2019)</p>	<p>1. Corporate image</p> <p>2. User image</p> <p>3. Product image</p>	<b>Likert</b>
<p>Lokasi (<math>X_4</math>)</p>	<p>lokasi usaha merujuk pada beberapa kegiatan dalam pemasaran yang nantinya akan dapat memudahkan berjalannya proses penyaluran barang dan jasa kepada para pelanggan atau para konsumen.</p> <p>(Andi Jamal, 2021)</p>	<p>1. Akses</p> <p>2. Visibilitas</p> <p>3. Jarak</p> <p>4. Tempat Parkir Aman</p> <p>5. Ekspansi</p>	Likert
<p>Kepuasan</p>	<p>Kepuasan adalah sebuah perasaan</p>	<p>1. Expectation</p>	Likert

Pelanggan (Y)	senang atau sedih seseorang yang ditimbulkan dari kinerja seseorang, produk dan harapan-harapan lainnya.  Menurut <i>Kotler</i> (2002) dalam (Windari, 2019)	(Harapan)  2. Performance  (Kinerja)  3. Comparison  4. Confirmation  5. Discrepancy	
------------------	--	--	--

#### D. Jenis dan Sumber Data

##### 1. Jenis Data

Dibawah ini adalah jenis-jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

##### a. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah sebuah data yang berbentuk non angka seperti data yang dihasilkan dari wawancara, gambaran perusahaan dan data-data lainnya yang tidak berbentuk angka.

##### b. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif adalah sebuah data yang berbentuk angka dan dapat dihitung seperti jumlah karyawan, jumlah pengunjung dan data-data lainnya yang bias digunakan untuk mempermudah jalannya penelitian.

##### 2. Sumber Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder berikut penjelasannya :

- a. Sumber data primer, data primer adalah data yang dikumpulkan oleh penulis secara langsung dengan melakukan wawancara dengan narasumber pertama. Adapun yang menjadi narasumber dalam wawancara penelitian ini adalah salah satu karyawan Cahaya Olshop.
- b. Sumber data sekunder, data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dalam bentuk dokumen untuk menunjang sumber data pertama atau data primer.. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumentasi dan kuesioner serta jurnal-jurnal sebagai referensi.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang langsung dilakukan oleh penulis yaitu dengan melakukan wawancara dengan salah satu karyawan Cahaya Olshop yang tertera dalam sumber data primer. selain itu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner yang nantinya akan ditujukan langsung kepada pelanggan Cahaya Olshop.

Angket atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup alasannya karena jawaban dalam angket ini telah disediakan. Pengukuran dalam angket atau kuesioner ini yaitu dengan menggunakan skala likert, yang mana pada setiap jawaban memiliki skor sebagai berikut :

Sangat Setuju = 5

Setuju = 4

Kurang Setuju = 3

Tidak Setuju = 2

Sangat Tidak Setuju = 1

## F. Uji Instrumen Penelitian

Untuk mendukung hasil dari penelitian ini, akan dilakukan pengujian-pengujian. Pengujian ini dilakukan untuk menganalisis angket dengan bantuan program SPSS. Dibawah ini uji-uji yang akan dilakukan, yaitu sebagai berikut :

### 1. Uji Validitas

Menurut (Priyatno 2014), uji validitas digunakan untuk dapat menilai seberapa baiknya pernyataan yang ada dalam angket atau kuesioner yang akan diberikan kepada responden. Dalam uji validitas, ada beberapa kriteria yang harus diperhatikan menurut (Nur Musfirah, 2018), yaitu sebagai berikut :

- a. Jika  $r$  dihitung positif dan  $r$  dihitung  $> r$  tabel maka pernyataan tersebut valid.
- b. Jika  $r$  dihitung negatif dan  $r$  dihitung  $< r$  tabel maka pernyataan tersebut tidak valid.

Dibawah ini adalah tabel-tabel hasil uji validitas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Harga ( $X_1$ )**

Butir Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$ Corrected Item- Total Correlation	Nilai $r_{tabel}$ ( $\alpha=0,05$ )	Keterangan
<i>X1.1</i>	0,642	0,266	Valid
<i>X1.2</i>	0,650	0,266	Valid
<i>X1.3</i>	0,511	0,266	Valid
<i>X1.4</i>	0,673	0,266	Valid
<i>X1.5</i>	0,609	0,266	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23 (2022)



Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa pernyataan dari semua variabel Harga ( $X_1$ ) memiliki nilai koefisien yang lebih besar dari nilai r-Tabel yaitu 0,266 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir pernyataan diatas dikatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur didalam penelitian.

**Tabel 3.4**  
**Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )**

Butir Pernyataan	Nilai $r_{hitung}$ Corrected Item-Total Correlation	Nilai $r_{tabel}$ ( $\alpha=0,05$ )	Keterangan
X2.1	0,802	0,266	Valid
X2.3	0,778	0,266	Valid
X.23	0,859	0,266	Valid
X2.4	0,847	0,266	Valid
X2.5	0,859	0,266	Valid

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23 (2022)*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa pernyataan dari semua variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) memiliki nilai koefisien yang lebih besar dari nilai r-Tabel yaitu 0,266 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir pernyataan diatas dikatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur didalam penelitian.

**Tabel 3.5**  
**Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Citra Merek ( $X_3$ )**

Butir Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$ Corrected Item-Total Correlation	Nilai $r_{tabel}$ ( $\alpha=0,05$ )	Keterangan
X3.1	0.831	0,266	Valid
X3.2	0,783	0,266	Valid
X3.3	0,714	0,266	Valid
X3.4	0,797	0,266	Valid
X3.5	0,847	0,266	Valid

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23 (2022)*

Berdasarkan table diatas, dapat diketahui dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa pernyataan dari semua variabel Citra Merek ( $X_3$ ) memiliki nilai koefisien yang lebih besar dari nilai r-Tabel yaitu 0,266 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir pernyataan diatas dikatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur didalam penelitian.

**Tabel 3.6**  
**Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_4$ )**

Butir Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$ Corrected Item- Total Correlation	Nilai $r_{tabel}$ ( $\alpha=0,05$ )	Keterangan
X4.1	0.873	0,266	Valid
X4.2	0,846	0,266	Valid
X4.3	0,853	0,266	Valid
X4.4	0,829	0,266	Valid
X4.5	0,860	0,266	Valid

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23 (2022)*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa pernyataan dari semua variabel Lokasi ( $X_4$ ) memiliki nilai koefisien yang lebih besar dari nilai r-Tabel yaitu 0,266 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir pernyataan diatas dikatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur didalam penelitian.

**Tabel 3.7**  
**Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Butir Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$ Corrected Item- Total Correlation	Nilai $r_{tabel}$ ( $\alpha=0,05$ )	Keterangan
Y1	0.833	0,266	Valid
Y2	0,815	0,266	Valid
Y3	0,883	0,266	Valid
Y4	0,884	0,266	Valid
Y5	0,826	0,266	Valid

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23 (2022)*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa pernyataan dari semua variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai koefisien yang lebih besar dari nilai r-Tabel yaitu 0,266 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir pernyataan diatas dikatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur didalam penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut (Sugiyono 2017) adalah seberapa jangkauan hasil dari sebuah pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan dapat menghasilkan data yang sama pula. Dalam hal ini, program SPSS memberikan suatu bentuk untuk dapat mengukur reliabilitas dengan uji statistik atau *Cronbach Alpha*. Variabel dapat dikatakan reliabilitas apabila dapat memberikan *Cronbach Alpha* > 0,60 atau lebih besar daripada 0,60. Dibawah ini adalah hasil dari uji reliabilitas dalam penelitian, yaitu sebagai berikut :

**Table 3.8**  
**Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	r-Alpha	r Kritis	Kriteria
1	Harga	0,856	0,60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,886	0,60	Reliabel
3	Citra Merek	0,848	0,60	Reliabel
4	Lokasi	0,875	0,60	Reliabel
5	Kepuasan Pelanggan	0,898	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 23 (2022)

Berdasarkan hasil uji data reliabilitas diatas dengan melihat nilai dari Alpha Cronbach's ke 5 variabel dalam penelitian ini maka dapat dikatakan bahwa hasil uji tersebut reliabel.

## **G. Metode Analisis Data**

### **1. Metode Analisis Deskriptif**

Metode analisis deskriptif merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk menyajikan data kuantitatif kedalam bentuk deskriptif. Dalam metode ini, yang biasanya digunakan adalah dengan melakukan survei, studi kasus dan deskriptif berkesinambungan. Metode analisis deskriptif dalam penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2017) merupakan sebuah statistik untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul dengan apa adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

### **2. Uji Asumsi Klasik**

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1) Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk melakukan uji apakah dalam sebuah model dari regresi atas variabel terikat memiliki distribusi yang normal, Ghozali dalam (Rizky Primadita Ayuwardani dan Isroah, 2018). Data dalam penelitian akan dinyatakan berdistribusi normal jika signifikasinya lebih besar dari 0,05, dan dalam penelitian ini digunakan pendekatan histogram, grafik dan kolmogorov-smirnov.

#### **2) Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali dalam (Rizky Primadita Ayuwardani dan Isroah, 2018) uji multikolinearitas digunakan untuk melihat dan mengetahui apakah antar variabel independen terdapat korelasi didalam model regresi. Didalam sebuah

penelitian yang baik seharusnya tidak boleh terdapat multikolinearitas. Untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat diuji dengan melihat nilai *tolerance* dan *varian factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka didalam penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Ghozali dalam (Rizky Primadita Ayuwardani dan Isroah, 2018) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk dapat menguji dan melihat apakah dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain terdapat perbedaan varian residual. Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas ini dapat dilakukan pengamatan dengan memperhatikan bentuk gelombang, melebar dan menyempit, jika hal tersebut terjadi maka dalam penelitian terdapat heteroskedastisitas dan begitu pula sebaliknya.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen atau variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Dibawah ini akan dituliskan bentuk dari persamaan regresi, yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

$b_1b_2b_3b_4$  : Koefesien Regresi

$X_1$  : Harga

- $X_2$  : Kualitas Pelayanan
- $X_3$  : Citra Merek
- $X_4$  : Lokasi
- $e$  : Standar Error ( standar deviasi disekitar garis estimasi regeresi yang digunakan untuk mengukur variabilitas nilai Y actual dari Y prediksi)

Menurut (Ghozali, 2016) regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis regresi linear berganda memerlukan pengujian secara serempak dengan menggunakan F hitung. Signifikansi ditentukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel atau melihat signifikansi pada output SPSS. Dalam beberapa kasus dapat terjadi bahwa secara simultan (serempak) beberapa variabel mempunyai pengaruh yang signifikan, tetapi secara parsial tidak.

#### **4. Analisis Hipotesis**

##### **a. Uji Parsial (Uji t)**

Uji parsial atau uji t memiliki tujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruhnya antara variabel independen dengan variabel dependen dengan variabel lainnya konstan. Adapun bentuk-bentuk dari pengujiannya yaitu sebagai berikut :

### 1) Merumuskan Hipotesis

Ho = Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dari Harga, kualitas pelayanan, Citra Merek dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Cahaya Olshop.

Ha = terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Harga, kualitas pelayanan, Citra Merek dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Cahaya Olshop.

### 1) Tingkat Keyakinan

Dalam penelitian ini, tingkat keyakinan yang digunakan yaitu sebesar 95% atau dengan taraf signifikan sebesar 5% dengan kriteria sebagai berikut :

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  maka Ha dapat diterima dan Ho ditolak. Artinya didalam penelitian ini terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari harga, kualitas pelayanan, citra merek dan lokasi usaha terhadap kepuasan pelanggan.

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  maka Ho diterima dan Ha ditolak dengan arti dalam penelitian ini tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Harga, kualitas pelayanan, Citra Merek dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

### 2) Kesimpulan

Ho diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

Ha diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$