

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di salon khusus pria atau Barbershop MAXX Pekanbaru.

Barbershop MAXX di kota Pekanbaru merupakan cabang dari Jakarta dan di kota Pekanbaru MAXX mempunyai tiga cabang yang alamatnya di jalan Teuku Umar no. 87, di jalan Arifin Ahmad Square, di Jalan Kapling, dan cabang yang terbaru di jalan Sam Ratulangi.

Diantara ketiga cabang tersebut peneliti mengambil objek penelitian yaitu Barbershop MAXX di cabang jalan Arifin Ahmad Square karena cabang tersebut merupakan yang banyak pelanggan serta lengkap pelayanan dan fasilitasnya.

3.2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang akan dianalisis dalam pembahasan ini pada dasarnya terdiri dari dua variabel yaitu :

1. *Independent Variabel* yaitu kualitas pelayanan
2. *Dependent Variabel* yaitu kepuasan pelanggan

Untuk lebih jelasnya operasional variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan Tangible (wujud) (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ruangan bersih dan rapi. 2. Ruangan ber AC. 3. Tersedia berbagai pilihan jasa perawatan rambut. 4. Tersedia peralatan yang lengkap. 5. Terdapat ruang tunggu. 6. Area parkir kendaraan yang memadai. 	Ordinal
Responsiveness (daya tanggap) (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan barbershop cekatan dalam melayani konsumen. 2. Karyawan barbershop siap setiap saat bila dibutuhkan konsumen. 3. Petugas parkir barbershop yang cekatan dalam mengurus parkir. 	Ordinal
Assurance (jaminan) (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan bersikap ramah dalam melayani konsumen. 2. Karyawan bersikap sopan, sabar dan murah senyum. 3. Kendaraan konsumen dijamin keamanannya. 	Ordinal
Empathy (empati) (X4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan tidak membedakan konsumen dalam pelayanan. 2. Kemudahan menghubungi pihak barbershop dalam pemesanan (booking), saran, kritik dan pertanyaan. 3. Karyawan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. 	Ordinal
Reliability (kehandalan) (X5)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan barbershop memiliki pengetahuan serta kemampuan yang baik dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dari konsumen. 	Ordinal

Variabel	Indikator	Skala
	2. Pihak barbershop selalu memberikan pelayanan yang tepat sesuai yang dijanjikan. 3. Petugas kasir barbershop teliti dalam menghitung pembayaran dan uang kembalian konsumen.	
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan berdasarkan jasa barbershop dibandingkan dengan barbershop lainnya. 2. Dimensi kepuasan pelanggan, mengidentifikasi dimensi kepuasan pelanggan dan meminta menilai jasa yang diberikan barbershop. 3. Konfirmasi harapan pelanggan terhadap jasa yang diberikan pihak barbershop. 4. Pelanggan melakukan pembelian ulang jasa barbershop. 5. Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan jasa kepada teman atau keluarga.	Ordinal

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005:72). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang menggunakan jasa barbershop MAXX di jalan Arifin Ahmad Square.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2005:72). Karena dalam penelitian ini belum diketahui pasti jumlah respondennya, maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probabilty sampling*. Jadi, sampel diambil secara acak tapi ditentukan sendiri oleh peneliti berdasarkan pertimbangan tertentu. Kriteria dalam menentukan sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan sebagai berikut :

- a. *Customer* yang melakukan pemotongan atau jasa lainnya dengan rentang usia 15 tahun sampai dengan 50 tahun.
- b. *Customer* yang menggunakan jasa Barbershop MAXX lebih dari tiga kali.

Metode penetapan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling* karena penentuan sampel berdasakan kebetulan, siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika orang tersebut cocok sebagai sumber data.

Adapun penentuan jumlah sampel yang *representative* menggunakan metode Hair *et al* (1995), yaitu tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Dan penulis menetap 5 responden dari setiap indikator. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 23 \times 5 = 115 \text{ responden}\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang akan digunakan sebanyak 115 responden konsumen Barbershop MAXX di jalan Arifin Ahmad Square.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.4.1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Artinya data yang diperoleh oleh penulis adalah langsung dari konsumen yang dipilih sebagai responden dengan menggunakan alat pengumpulan data untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Barbershop MAXX di Pekanbaru.

Adapun teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data melalui formulir – formulir yang berisi pertanyaan – pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau

tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis, 2009:66). Kuesioner ini disebarakan secara langsung oleh peneliti kepada konsumen dari Barbershop MAXX di Pekanbaru. Dan untuk mengukur persepsi responden menggunakan 5 angka penelitian dimana setiap jawaban diberi bobot nilai sebagai berikut:

- | | |
|--|----------------|
| a. Sangat Puas / Sangat Setuju | diberi bobot 5 |
| b. Puas / Setuju | diberi bobot 4 |
| c. Kurang Puas / Kurang Setuju | diberi bobot 3 |
| d. Tidak Puas / Tidak Setuju | diberi bobot 2 |
| e. Sangat Tidak Puas / Sangat Tidak Setuju | diberi bobot 1 |

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara secara langsung dengan *costumer service* dan karyawan di Barbershop MAXX dengan tujuan memperoleh informasi mengenai permasalahan yang diteliti.

3.5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis *deskriptif* dan *kuantitatif*. Metode *deskriptif* yaitu dengan memaparkan hasil temuan di lapangan secara apa adanya dengan rincian rata-rata tanggapan responden yang tertuang melalui tabel-tabel dan uraian. Sedangkan metode *kuantitatif* adalah metode menganalisa yang dilakukan dengan mentabulasikan data yang ada kedalam bentuk angka-angka. Tingkat ukuran yang dipakai dalam pengukuran variabel adalah dengan skala Likert, dimana seorang responden dihadapkan pada beberapa pertanyaan kemudian diminta memberikan jawabannya.

Sebelum analisis data dilanjutkan, terlebih dahulu dilakukan pengujian dalam penelitian dengan beberapa langkah sebagai berikut :

3.5.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi masing-masing item dengan total skor masing-masing variabel, yakni dengan membandingkan nilai korelasi r hitung dengan r tabel (Priyatno, 2010:21). validitas data instrumen adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2010:221). Menurut Situmorang (2014:92), bahwa pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas maka akan ditentukan realibilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ maka kuesioner penelitian dinyatakan reliabel (sangat baik/sangat menyakinkan).
- b) Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,6$ maka kuesioner penelitian dinyatakan tidak reliabel (kurang menyakinkan).

3.5.3. Metode Analisis Regresi Linear Berganda

3.5.3.1. Model Regresi Berganda

Untuk meramalkan variabel tidak bebas lebih baik memperhitungkan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi variabel tidak bebas. Penelitian ini menggunakan metode regresi berganda yang merupakan pengembangan dari regresi sederhana karena melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Dapat dikatakan juga bahwa analisa regresi berganda merupakan suatu analisa yang secara simultan menginvestasikan pengaruh dua atau lebih variabel bebas pada suatu skala interval atau skala rasio variabel tidak bebas.

Metode analisis regresi linear berganda yang digunakan oleh peneliti adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati, dan kehandalan) terhadap variabel terikat kepuasan konsumen. Untuk memperoleh hasil yang lebih terarah, peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*Statistica Product and service Solution*) versi 23,0. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda dengan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

X₁ = Bukti fisik (*tangibke*)

X₂ = Daya tanggap (*responsiveness*)

X₃ = Jaminan (*assurance*)

X_4 = Empati (*empathy*)

X_5 = Keandalan (*reliability*)

e = Standar error

3.5.3.2. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Uji-F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. $H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = 0$

Artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas kualitas pelayanan (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) yaitu berupa bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen (Y).

$$H_1 : b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 \neq 0$$

Artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari

Kriteria Pengambilan Keputusan:

H_0 diterima apabila t hitung $<$ t tabel pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima apabila t hitung $>$ t tabel pada $\alpha = 5\%$

3.5.3.3. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji-t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Kriteria pengujiannya sebagai berikut : $H_0 : b_1 = 0$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas kualitas pelayanan (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) yaitu berupa bukti fisik

(*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen (Y).

$$H1 : b_1 \neq 0$$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas kualitas pelayanan (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) yaitu berupa bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Kriteria Pengambilan Keputusan:

Ho diterima apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5 \%$

H1 diterima apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5 \%$

3.5.3.4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time-series*) atau ruang (*cross section*). Salah satu penyebabnya munculnya masalah Autokorelasi adalah adanya kelembaman (*inertia*) artinya kemungkinan besar akan mengandung saling ketergantungan pada data observasi periode sebelumnya dan periode sekarang. Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi adalah dengan uji DW (*durbin-watson*).

Kriteria pengambilan keputusan yaitu: Jika DW mendekati nol maka terdapat korelasi positif sempurna. Jika DW mendekati 4 maka terdapat adanya korelasi negatif sempurna. Jika DW mendekati 2, maka menunjukkan tidak adanya autokorelasi (Gujarati, 2006).

3.5.3.5. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika R^2 semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika R^2 semakin mengecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh pada variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

3.5.3.6. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.