

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah salah satu yang menjadi sasaran dalam suatu penelitian, baik berupa individu, kelompok, lembaga, maupun kegiatan yang akan diteliti (Sugiyono, 2019). Dalam Penelitian ini, objek penelitian Toko Untung Sejahtera 888, yaitu sebuah usaha ritel yang bergerak di bidang penjualan berbagai kebutuhan sehari-hari.

Toko Untung Sejahtera 888 dipilih sebagai objek penelitian karena:

1. Merupakan salah satu toko ritel yang memiliki pelanggan tetap dan jumlah kunjungan yang cukup tinggi setiap harinya.
2. Pelayanan yang diberikan toko meliputi beberapa aspek, seperti ketersediaan produk, kualitas produk, kemudahan transaksi, dan keramahan pelayanan, yang relevan dengan variabel penelitian.
3. Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting bagi keberlangsungan usaha ritel ini, sehingga penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi pengembangan toko.

Dengan demikian, penelitian ini difokuskan pada Pelanggan Toko Untung Sejahtera 888 sebagai responden, untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan toko dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

3.2 Sumber dan Data Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini, Sumber data yang digunakan terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner, wawancara dan observasi di lapangan. Data primer dalam

penelitian ini diperoleh dari pelanggan Toko Untung Sejahtera 888, yang memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan (ketersediaan produk, kualitas produk, kemudahan transaksi, dan keramahan pelayanan) serta tingkat kepuasan mereka terhadap pelayanan yang diterima.

Dengan data primer ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Untung Sejahtera 888.

3.3 Populasi dan Sampel (Kuantitatif)

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Toko Untung Sejahtera 888 yang pernah melakukan transaksi pembelian. Karena jumlah populasi pelanggan sulit ditentukan secara rinci, maka populasi dianggap bersifat tidak terbatas (*infinite population*)

Kriteria spesifik yang harus dipenuhi oleh responden (Sampel) adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan Aktif: Responden adalah individu yang pernah atau sedang berbelanja di Toko Untung Sejahtera 888
2. Memiliki pengalaman berulang: Responden minimal telah melakukan transaksi pembelian sebanyak 1 kali
3. Usia Produktif: Responden berusia minimal 17 tahun saat penelitian dilakukan.
4. Kesiediaan: Responden bersedia mengisi kuesioner secara sukarela dan bertanggung jawab

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili karakteristik populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel Non-Probability Sampling, yaitu teknik yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik spesifik yang dipilih adalah Purposive Sampling (Sampling Bertujuan).

Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (*judgment*) oleh peneliti. Teknik ini dipilih untuk memastikan data diperoleh dari sumber yang paling kompeten dan memiliki pengalaman yang relevan untuk menilai kualitas pelayanan di Toko Untung Sejahtera 888.

Berdasarkan pertimbangan statistik dan metodologis, penelitian ini menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 Responden.

Angka ini diperoleh dan dijustifikasi melalui dua dasar perhitungan utama:

1. Justifikasi Statistik (Rumus Hair et al.) Penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan 5 variabel independen (5 indikator SERVQUAL) dimana $k = 5$. Menurut Hair, Black, Babin, & Anderson (2010), ukuran sampel yang direkomendasikan untuk analisis regresi didasarkan pada rumus :

$$N = 20 \times \text{Jumlah Variabel Independen}$$

Perhitungan: $N = 20 \times 5 = 100$ responden

Jumlah 100 Responden telah memenuhi batas ideal minimum yang disarankan oleh literatur statistik untuk memastikan validitas dan daya uji hasil analisis regresi.

2. Justifikasi Praktis dan Metodologis Jumlah sampel ini memfasilitas pengumpulan data yang efisien dan memungkinkan fokus pada pelanggan yang memenuhi kriteria spesifik (*Purposive Sampling*) untuk menghasilkan data yang relevan dengan tujuan penelitian

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019), teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Kuesioner (Angket)

Teknik utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada pelanggan Toko Untung Sejahtera 888.

- Tujuan : mengumpulkan data kuantitatif mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan mereka.
- Bentuk : Kuesioner tertutup menggunakan skala likert 1-5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju)
- Isi Kuesioner :
 - Variabel Kualitas Pelayanan (X) diukur dengan lima dimensi SERVQUAL menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2018):
 1. *Tangibles* (Bukti Fisik): Kepuasan terhadap pelayanan, niat berbelanja kembali, dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain.
 2. *Reliability* (Keandalan): Kemampuan toko dalam memberikan pelayanan sesuai janji dan ketepatan transaksi.
 3. *Responsiveness* (Daya Tanggap): Kesigapan karyawan dalam membantu dan merespons pelanggan.
 4. *Assurance* (Jaminan): Rasa aman, kepercayaan, dan kompetensi karyawan dalam melayani pelanggan.
 5. *Empathy* (Perhatian): Perhatian personal terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan.

Kuesioner dibagikan secara langsung (Offline) kepada pelanggan yang berbelanja di toko melalui tautan Google Form bagi pelanggan yang bersedia mengisi secara daring.

2. Observasi

Teknik observasi digunakan untuk melengkapi data kuesioner. peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas pelayanan di Toko Untung Sejahtera 888.

- Tujuan: mengamati kesesuaian antara pelayanan nyata yang diberikan dengan persepsi pelanggan.
- Aspek yang diamati: kecepatan, pelayanan, kebersihan area toko, antrian pelanggan, sikap karyawan, dan cara penanganan keluhan.
- Jenis Observasi : Observasi non-partisipatif, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan pelayanan.

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel digunakan untuk menjelaskan bagaimana setiap variabel dalam penelitian ini diukur dan diobservasi agar dapat diuji secara empiris. Penelitian ini terdiri dari dua variabel utama, yaitu:

1. Variabel Independen (X): Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml, Bitner, Gremler (2018), kualitas pelayanan (*Service Quality*) adalah sejauh mana perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima. Kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi utama SERVQUAL sebagai berikut:

VARIABEL	INDIKATOR	DEFINISI OPERASIONAL	SKALA PENGUKURAN
Kualitas Pelayanan (X)	1. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik): Kepuasan terhadap pelayanan, niat berbelanja	1. Kerapian dan kebersihan toko 2. Kecepatan dan ketepatan	Skala Likert (1-5)

	kembali, dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain. 2. <i>Reliability</i> (Keandalan): Kemampuan toko dalam memberikan pelayanan sesuai janji dan ketepatan transaksi. 3. Responsiveness (Daya Tanggap): Kesigapan karyawan dalam membantu dan merespons pelanggan. 4. Assurance (Jaminan): Rasa aman, kepercayaan, dan kompetensi karyawan dalam melayani pelanggan. 5. Empathy (Perhatian): Perhatian personal terhadap kebutuhan	pelayanan 3. Daya tanggap terhadap keluhan pelanggan 4. Keramahan dan keandalan karyawan 5. Perhatian terhadap kebutuhan pelanggan	
--	---	--	--

	dan keluhan pelanggan..		
--	----------------------------	--	--

Tabel 1.3 Tabel Definisi Operasional (Variabel X)

Semua indikator diukur menggunakan skala likert 5 poin, yaitu

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

2. Variabel Dependen (Y): Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja produk atau jasa yang diterima. Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini meliputi:

NO	INDIKATOR	KETERANGAN	SKALA PENGUKURAN
1	Kesesuaian Harapan	Pelanggan merasa pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan mereka	Skala Likert (1-5)
2	Kepuasan Terhadap Pelayanan	Pelanggan merasa puas terhadap cara pelayanan yang diberikan oleh karyawan	Skala Likert (1-5)
3	Niat Untuk Berbelanja Kembali	Pelanggan bersedia melakukan pembelian ulang di toko	Skala Likert (1-5)

4	Rekomendasi kepada orang lain	Pelanggan bersedia merekomendasikan toko kepada orang lain	Skala Likert (1-5)
---	-------------------------------	--	--------------------

Tabel 1.4 Tabel Definisi Operasional (Variabel Y)

Semua indikator diukur menggunakan skala likert 5 poin, yaitu

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Analisis data meliputi beberapa tahap sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap instrumen (Kuesioner) agar dapat memastikan validitas dan reliabilitas data.

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Rumus korelasi yang digunakan adalah korelasi pearson product moment, dengan rumus sebagai berikut:

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

Gambar 1.1 Rumus Uji Validitas

kriteria pengujian:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan 0,05 = item valid
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = item tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan konsisten.

Rumus yang digunakan adalah Cronbach's Alpha (α), dengan kriteria:

$\alpha \geq 0,70$ = reliabel (Nunnally, 1994)

$\alpha < 0,70$ = tidak reliabel

2. Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden dan tanggapan terhadap setiap indikator variabel. Data disajikan dalam bentuk tabel frekuensi, presentase, dan nilai rata-rata (mean).

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik agar model regresi memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).

Uji yang dilakukan meliputi:

- a. Uji Normalitas (menggunakan Kolmogorov-Smirnov atau grafik P-P Plot).
- b. Uji Linearitas untuk melihat hubungan linear antara variabel X dan Y
- c. Uji Heteroskedastisitas (dengan uji Glejser)

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Karena penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas (kualitas pelayanan) dan satu variabel terikat (kepuasan pelanggan), maka digunakan regresi linier sederhana dengan rumus:

$$Y = a + bX + e$$

Gambar 1.2 Rumus Analisa Regresi Linier Sederhana

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- a = Konstanta (Nilai Y saat X = 0)
- b = Koefisien regresi (tingkat pengaruh variabel X terhadap Y)
- X = Kualitas Pelayanan
- e = Faktor kesalahan (error term)

Interpretasi:

- Jika $b > 0$, maka terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- Jika $b < 0$, maka pengaruhnya negatif

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Kriteria pengujian:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (ada pengaruh signifikan)
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima (tidak ada pengaruh signifikan)

b. Koefisien Determinan (R^2)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel kualitas pelayanan dalam menjelaskan kepuasan pelanggan.

Nilai R^2 berkisar antara 0 - 1:

- Semakin mendekati 1 = pengaruh X terhadap Y semakin kuat.
- Semakin mendekati 0 = pengaruh X terhadap Y semakin lemah

6. Interpretasi Hasil

Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk menjawab hipotesis penelitian:

“Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Untung Sejahtera 888”

Interpretasi ini menjadi dasar dalam pembahasan (Bab IV) untuk memberikan rekomendasi peningkatan kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.