

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian merupakan salah satu cara yang ditempuh untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan, menggambarkan, menyimpulkan hasil pemecahan dari suatu masalah melalui cara tertentu sesuai dengan prosedur penelitiannya. Metode penelitian akan mengarahkan penelitian pada tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan di *Barber Addict* Bandung dengan metode *survey*. Menurut Sugiyono (2017:7) metode *survey* adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Tujuan metode *survey* adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Sehubungan dalam menggunakan data menggunakan metode *survey*, maka peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terstruktur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Metode penelitian kuantitatif digunakan digunakan untuk meneliti pada populasi atau

sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan untuk membuktikan apakah hipotesis penelitian yang diajukan diterima atau ditolak, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan metode penelitian verifikatif.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:35) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai bauran promosi yang dilakukan oleh *Barber Addict* Bandung.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai bukti fisik yang disediakan oleh *Barber Addict* Bandung.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan pada *Barber Addict* Bandung.

Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:35) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Metode verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah terakhir yaitu seberapa besar pengaruh bauran promosi dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada *Barber Addict* Bandung baik secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian secara spesifiknya merupakan suatu atribut, nilai atau sifat, individu atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti. Definisi variabel dalam penelitian ini menjelaskan jenis-jenis variabel yang dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsi variabel dalam hubungan antar variabel serta skala variabel yang digunakan. Operasionalisasi variabel menjabarkan variabel atau sub variabel kepada konsep, dimensi, indikator yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel penelitian. Operasionalisasi variabel pada penelitian juga merupakan unsur terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil rumusah masalah.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:66) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian terdiri variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Menurut Sugiyono (2017:68) variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Sedangkan variabel terikat (dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Penelitian ini memiliki tiga variabel yang akan diuji keterkaitannya dimana terdapat dua variabel bebas (independen) yaitu bauran promosi (X_1) dan bukti fisik (X_2) dan variabel terikat (dependen) yaitu kepuasan pelanggan (Y). Berikut merupakan definisi dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian:

1. Bauran Promosi (X_1)

Menurut Harman Malau (2017:105), “Bauran promosi merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik produk yang ditawarkan kepada pelanggan”.

2. Bukti Fisik (X_2)

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2013:276), “*Physical evidence is the environment in which the service is delivered and where firm and customer interact and any tangible component that facilitate performance or communication of the service*”.

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016:200), “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden. Selain itu, Operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui klasifikasi ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, konsep variabel, indikator, ukuran dan skala. Dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang akan diteliti, yaitu Promosi sebagai variabel bebas pertama (X_1), Bukti Fisik sebagai variabel bebas kedua (X_2),

dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat (Y). Operasionalisasi variabel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p>Bauran Promosi (X₁)</p> <p>Bauran promosi merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik produk yang ditawarkan kepada pelanggan.</p> <p>Harman Malau (2017:105)</p>	1. Periklanan	a. Tampilan iklan yang dipakai menarik	Tingkat kemenarikan tampilan iklan yang dipakai	Ordinal	1
		b. Pesan iklan yang disampaikan dapat dipahami	Tingkat pesan iklan yang disampaikan dapat dipahami	Ordinal	2
	2. Promosi Penjualan	a. Pemberian kupon setelah melakukan pembelian	Tingkat kemenarikan kupon yang diberikan oleh <i>Barber Addict</i>	Ordinal	3
		b. Adanya potongan harga	Tingkat seringnya <i>Barber Addict</i> dalam memberikan potongan harga	Ordinal	4
	3. Penjualan Perorangan	a. Membangun hubungan baik dengan pelanggan	Tingkat kemampuan <i>Barber Addict</i> membangun hubungan baik dengan pelanggan	Ordinal	5
		b. Ketepatan membentuk pemahaman pelanggan	Tingkat ketepatan membentuk pemahaman pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan	Ordinal	6
	4. Hubungan Masyarakat	a. Keikutsertaan <i>Barber Addict</i> dalam suatu kegiatan (menjadi sponsorship)	Tingkat seringnya keikutsertaan <i>Barber Addict</i> sebagai sponsorship dalam suatu kegiatan	Ordinal	7
		b. Ketepatan kegiatan publikasi yang diselenggarakan untuk	Tingkat ketepatan kegiatan publikasi yang	Ordinal	8

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		mempengaruhi pelanggan	diselenggarakan untuk mempengaruhi pelanggan		
	5. Pemasaran Langsung	a. Menariknya promosi melalui <i>direct-mail (e-mail)</i>	Tingkat daya tarik promosi yang disampaikan langsung melalui <i>direct-mail (e-mail)</i>	Ordinal	9
		b. Menariknya promosi mengenai jasa potong rambut melalui media sosial	Tingkat daya tarik promosi langsung melalui media sosial yang dikelola oleh <i>Barber Addict</i>	Ordinal	10
Bukti Fisik (X₂) <i>Physical evidence is the environment in which the service is delivered and where firm and customer interact and any tangible component that facilitate performance or communication of the service.</i> Zeithaml, Bitner dan Gremler (2013:276)	1. Facility Exterior	a. Kebersihan lingkungan sekitar <i>Barber Addict</i>	Tingkat kebersihan lingkungan sekitar <i>Barber Addict</i>	Ordinal	11
		b. Papan nama gerai <i>Barber Addict</i> yang terpasang diluar terlihat jelas	Tingkat kejelasan papan nama gerai <i>Barber Addict</i> yang terpasang diluar	Ordinal	12
		c. Ketersediaan tempat parkir yang luas	Tingkat ketersediaan tempat parkir yang luas	Ordinal	13
	2. Facility Interior	a. Kelengkapan peralatan <i>barbershop</i>	Tingkat kelengkapan peralatan <i>barbershop</i>	Ordinal	14
		b. Desain interior ruangan <i>barbershop</i> yang menarik	Tingkat desain interior ruangan yang menarik	Ordinal	15
		c. Sirkulasi udara yang baik	Tingkat sirkulasi udara yang baik	Ordinal	16

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		d. Tata letak peralatan dalam ruangan yang tersusun rapih	Tingkat kerapihan tata letak peralatan dalam ruangan <i>Barber Addict</i>	Ordinal	17
		e. Pencahayaan ruangan yang terang	Tingkat pencahayaan ruangan yang terang	Ordinal	18
	3. <i>Other Tangibles</i>	a. Pakaian karyawan rapih dan bersih	Tingkat kerapihan dan kebersihan pakaian karyawan	Ordinal	19
		b. Ketersediaan bacaan (buku, majalah, koran) di gerai <i>Barber Addict</i>	Tingkat ketersediaan bacaan (buku, majalah, koran) di gerai <i>Barber Addict</i>	Ordinal	20
Kepuasan Pelanggan (Y) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016:200)	1. Kinerja	a. Kepuasan atas kinerja promosi yang dilakukan <i>Barber Addict</i>	Tingkat kepuasan atas kinerja promosi yang dilakukan <i>Barber Addict</i>	Ordinal	21
		b. Kepuasan atas kinerja bukti fisik yang disediakan <i>Barber Addict</i>	Tingkat kepuasan atas kinerja bukti fisik yang disediakan <i>Barber Addict</i>	Ordinal	22
	2. Harapan	a. Kesesuaian harapan atas promosi yang dilakukan <i>Barber Addict</i>	Tingkat kesesuaian harapan atas promosi yang dilakukan <i>Barber Addict</i>	Ordinal	23
		b. Kesesuaian harapan atas bukti fisik yang disediakan <i>Barber Addict</i>	Tingkat kesesuaian harapan atas bukti fisik yang disediakan <i>Barber Addict</i>	Ordinal	24

Sumber: Data Diolah Peneliti 2019

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan objek agar masalah dapat terpecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Dan untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel, dan sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui kriteria dan dapat dikategorikan kedalam objek tersebut berupa manusia. Hal ini selaras dengan pernyataan Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian karena populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian.

Berdasarkan pengertian tersebut maka pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah jumlah pelanggan *Barber Addict* Bandung dari bulan Januari sampai bulan Desember tahun 2018 yang peneliti sajikan dihalaman selanjutnya.

Tabel 3.2
Jumlah Pelanggan *Barber Addict* Bandung dari Bulan Januari-Desember Tahun 2018

No	Bulan	Pelanggan
1	Januari	452
2	Februari	512
3	Maret	431
4	April	403
5	Mei	439
6	Juni	537
7	Juli	475
8	Agustus	456
9	September	469
10	Oktober	420
11	November	364
12	Desember	325
Jumlah Pelanggan		5.272

Sumber: *Barber Addict* Bandung, 2019

Berdasarkan data tabel 3.2 diatas maka peneliti menentukan populasi yang mewakili dari keseluruhan data jumlah pelanggan *Barber Addict* Bandung yang akan diambil dari bulan Januari sampai bulan Desember pada tahun 2018 sebanyak 5.272 orang.

3.3.2 Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu pula sebaliknya. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi dipilih menjadi sampel, melainkan hanya sebagian dari populasi saja. Oleh karena itu sampel yang diambil

harus betul-betul sangat representatif (benar-benar mewakili). Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir

(tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan sebanyak 5.272 orang, maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{5.272}{1 + (5.272)(0,1)^2} = 98,14 = \text{dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang akan dijadikan ukuran sampel penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* ini menurut Sugiyono (2017:142) menjelaskan bahwa “*non probability*

sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Tujuan peneliti menggunakan *non probability sampling* karena peneliti memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling* insidental, *sampling* purposive, *sampling* jenuh dan *snowball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang dipilih dalam penelitian ini yaitu jenis *sampling* insidental. Menurut Sugiyono (2017:144) *sampling* insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting untuk keberhasilan penelitian. Teknik pengumpulan data berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan datanya, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakannya. Teknik pengumpulan data mengacu pada cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian dan sesuai dengan penelitian tersebut. Menurut Sugiyono (2017:137) teknik pengumpulan data merupakan langkah awal dalam penelitian, karena memiliki tujuan memperoleh data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan data yang diperoleh dengan cara melakukan survei lapangan yang ada hubungan dengan masalah yang diteliti. Survei tersebut dilakukan di *Barber Addict* Bandung. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer yang diperoleh melalui beberapa cara, yaitu:

a. Observasi

Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi *barbershop* yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada pemilik *Barber Addict* berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Selain dengan pemilik, peneliti juga melakukan wawancara dengan pelanggan *Barber Addict* Bandung. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian sehingga diharapkan memperoleh data yang lebih jelas.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada pelanggan *Barber Addict* Bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat pelanggan mengenai bauran promosi, bukti fisik, dan kepuasan pelanggan di *Barber Addict* Bandung.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literature atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penelitian kepustakaan diperoleh dari data sekunder yaitu literatur-literatur, buku-buku, jurnal, internet, dan data perusahaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Data sekunder dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data sekunder berdasarkan literatur-literatur, buku-buku yang berkaitan dengan variabel penelitian dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti

b. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian dianggap relevan dengan topik pendidikan dan juga sebagai pembanding dengan penelitian yang peneliti teliti.

c. Internet

Dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis.

Data-data tersebut sangat penting bagi kelengkapan analisis dari temuan hasil penelitian. Sumber data yang dimaksud adalah buku-buku dari berbagai referensi dan bahan-bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji realibilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:168) menyatakan bahwa pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Validitas dalam penelitian dijelaskan dalam satu derajat ketepatan pengukuran tentang isi dari pernyataan yang peneliti buat. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui *pearson product moment*. Skor interval dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor interval keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item

tersebut valid, sedangkan jika negatif maka terdapat yang disebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau digantikan dengan pernyataan perbaikan.

Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *pearson product moment*, dengan rumus:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh dari subjek tiap item
- Y = Skor total instrumen
- n = Jumlah responden dalam uji instrumen
- $\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X
- $\sum Y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y
- $\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel Y

Uji validitas kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai r_{tabel}

Dalam kajian ini, uji validitas kuesioner dilakukan secara satu arah karena hipotesis yang dirumuskan menunjukkan arah positif.

2. Mencari r_{hasil}

Nilai r_{hasil} setiap item kuesioner penelitian ini dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation* dalam hasil pengolahan data menggunakan

SPSS. Nilai-nilai tersebut menunjukkan nilai korelasi butir-butir pertanyaan terhadap skor totalnya. Nilai hitung tersebut dibandingkan dengan r_{hasil} .

3. Mengambil keputusan

Dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis adalah:

- a. Jika $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Sugiyono (2017:204) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,300 keatas. Maka dari itu, semua pernyataannya yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,300 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2017:209) mengemukakan bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *split half* yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*. Berkenaan

dengan hal tersebut, peneliti melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n\sum A^2 - (\sum A)^2)(n\sum B^2 - (\sum B)^2))}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi *product moment*

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor kelompok ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor kelompok genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor kelompok ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor kelompok genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban kelompok ganjil dan kelompok genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut:

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana :

r = Nilai reliabilitas

r_b = korelasi *pearson product moment* antara kelompok pertama (ganjil) dan kelompok kedua (genap), batas reliabilitas 0,700

5. Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:
 - a. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
 - b. Bila $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,700 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Penggunaan metode analisis data dan uji hipotesis agar data yang sudah terkumpul dan akan diolah dapat memperoleh hasil maupun kesimpulan yang akurat dalam penelitian ini. Sugiyono (2017:147), teknik analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1) = Bauran Promosi, (X_2) = Bukti Fisik terhadap variabel dependen (Y) = Kepuasan Pelanggan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif, yaitu metode yang bertujuan menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang ada, serta menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara aktual dan sistematis. Sugiyono (2017:53) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut: hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan (kuesioner/angket). Dimana variabel Bauran Promosi (X_1), Bukti Fisik (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* menurut Sugiyono (2017:158) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penggunaan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pernyataan. Dengan demikian, peneliti membuat pernyataan yang digunakan untuk memperoleh data atau keterangan dari responden yang merupakan pelanggan dari

Barber Addict Bandung. Kemudian data yang diperoleh dari hasil kuesioner diberi bobot dalam setiap alternatif jawaban. Dimana jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif sebagai berikut:

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
SS (Sangat Setuju)	5	1
S (Setuju)	4	2
KS (Kurang Setuju)	3	3
TS (Tidak Setuju)	2	4
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Sugiyono (2017:160)

Untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, hitung jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) lalu jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, maka selanjutnya peneliti membuat garis kontinum. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya:

$$\Sigma p = \frac{\Sigma \text{Jawaban Kuesioner}}{\Sigma \text{Pertanyaan} \times \Sigma \text{Responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut ini:

$$NJI (\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Dimana:

Nilai tertinggi : 5

Nilai terendah : 1

Interval : $5 - 4 = 1$

Jarak Interval : $\frac{5-1}{5} = 0,8$

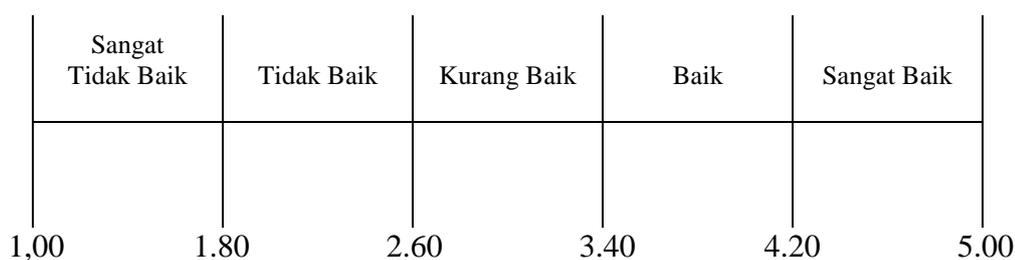
Maka setelah mendapat jarak interval yang telah dihitung sebelumnya, didapat rentang kategori skala yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kategori Skala

Interval	Kategori
1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
1,81-2,60	Tidak Baik
2,61-3,40	Kurang Baik
3,41-4,20	Baik
4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2017:160)

Maka berdasarkan kategori skala yang telah dijelaskan sebelumnya dapat diketahui tendensi sentral atau garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, sehingga diperoleh hasil yang

memperkuat atau menggugurkan teori atau hasil penelitian sebelumnya. Metode kuantitatif (verifikatif) juga merupakan metode pengolahan data dalam berbentuk angka. Menurut Sugiyono (2017:54) analisis statistik verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode berikut ini.

3.6.2.1 *Method of Successive Interval (MSI)*

Method of Successive Interval (MSI) merupakan metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Data yang peneliti peroleh dari hasil penyebaran kuesioner masih merupakan data ordinal yang masih harus ditransformasikan menjadi data interval untuk memenuhi syarat statistika parametrik dengan analisis regresi dan analisis korelasi untuk menganalisis dan mengkaji rumusan masalah penelitian. Maka dari itu peneliti menggunakan *Method of Successive Interval (MSI)* untuk transformasi data ordinal menjadi data interval. Berikut ini peneliti sajikan langkah-langkah menganalisis data dengan *Method of Successive Interval (MSI)*:

1. Perhatikan nilai jawaban responden dari setiap pernyataan dalam kuesioner.
2. Untuk setiap pernyataan tersebut, lakukan perhitungan ada berapa responden yang menjawab pernyataan dengan skor 1,2,3,4, dan 5 disebut dengan frekuensi.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya jumlah responden dan hasilnya disebut dengan proporsi.

4. Kemudian hitung proporsi kumulatifnya.
5. Dengan menggunakan tabel normal, dihitung nilai distribusi normal (Z) untuk setiap frekuensi kumulatif yang diperoleh.
6. Tentukan desitas normal yang sesuai dengan nilai Z .
7. Menghitung *Scale Value* (SV) dengan rumus:

$$SV = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area under upper limit}) - (\text{Area under lower limit})}$$

Keterangan:

SV (*Scale Value*) : Rata-rata Interval

Density at lower limit : Kepaduan batas bawah

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Area under upper limit : Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : Daerah dibawah batas bawah

8. Melakukan transformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai skala interval dengan rumus:

$$Y = SV + (SV \text{ min})$$

Catatan, nilai SV terkecil atau nilai negatif terbesar diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Bauran Promosi (X_1), Bukti Fisik (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Menurut Sugiyono (2017:210)

menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel independen tersebut mengalami perubahan. Dikatakan regresi linier berganda karena jumlah variabel independen sebagai prediktor lebih dari satu, maka digunakan persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

Y : Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

a : Bilangan konstanta

b_1 : Koefisien regresi promosi

b_2 : Koefisien regresi bukti fisik

X_1 : Variabel bebas (Promosi)

X_2 : Variabel bebas (Bukti Fisik)

e : Error atau faktor gangguan lain

Untuk mendapatkan nilai a , b_1 dan b_2 dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Sigma Y = an + b_1 \Sigma X_1 + b_2 \Sigma X_2$$

$$\Sigma X_1 Y = a \Sigma X_1 + b_1 \Sigma X_1^2 + b_2 \Sigma X_1 X_2$$

$$\Sigma X_2 Y = a \Sigma X_2 + b_1 \Sigma X_1 X_2 + b_2 \Sigma X_2^2$$

Setelah mendapatkan nilai a , b_1 dan b_2 maka akan diperoleh persamaan Y .

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan antara variabel penelitian yaitu Bauran Promosi (X_1), Bukti Fisik (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda dengan rumus:

$$r^2 = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Dimana:

r^2 : Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$: Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat total dalam bentuk deviasi

Untuk memperoleh nilai $JK_{regresi}$, maka perhitungan menggunakan rumus:

$$JK_{regresi} = b_1 \sum XY$$

Dimana:

$$\sum X_1Y = JK_{X_1Y} = \sum X_1Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_2Y = JK_{X_2Y} = \sum X_2Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

Untuk memperoleh nilai $\sum Y^2$ atau JK_{Y^2} , maka digunakan rumus:

$$\sum Y^2 = JK_{Y^2} = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}$$

Berdasarkan nilai koefisien korelasi r yang diperoleh dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ sedangkan untuk masing-masing nilai r adalah sebagai berikut:

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan variabel X_1 , X_2 , dan Y semua positif sempurna.

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan variabel X_1 , X_2 , dan Y semua negatif sempurna.

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi antara variabel X_1 , X_2 , dan Y .

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:278), yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.5
Tafsiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 - 0,199	Sangat Rendah
0,200 - 0,399	Rendah
0,400 - 0,599	Sedang
0,600 - 0,799	Kuat
0,800 - 0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017:278)

3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2017:64). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh Bauran Promosi (X_1) dan Bukti Fisik (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara simultan dan parsial. Untuk menguji hipotesis digunakan Uji F dan Uji t serta didukung dengan nilai Koefisien Determinasi. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis simultan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Bauran Promosi dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan.

$H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Bauran Promosi dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda menggunakan rumus yang peneliti sajikan dihalaman selanjutnya.

$$F = \frac{r^2 / K}{(1 - r^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

k = Banyaknya variabel bebas

n = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

$(n-k-1)$ = Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan diatas maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (k) dan penyebut $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistik sebagai berikut:

1. Pengaruh Bauran Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan
 - a. $H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Bauran Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.
 - b. $H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Bauran Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan
 - a. $H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan.
 - b. $H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan taraf signifikan 5% atau dengan tingkat keyakinan 95% dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{rp\sqrt{n-2}}{1-rp}$$

Dimana:

- t = Statistik uji korelasi
 n = Jumlah sampel
 rp = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak (tidak signifikan)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima (signifikan)

3.6.3.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel Bauran Promosi (X_1) dan variabel Bukti Fisik (X_2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi dilakukan dengan analisis koefisien determinasi simultan (berganda) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase Bauran Promosi (X_1) dan Bukti Fisik (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya dengan menggunakan rumus:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat dari koefisien korelasi ganda

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase Bauran Promosi (X_1) dan variabel Bukti Fisik (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara parsial dengan menggunakan rumus:

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

β = Beta (nilai *standarliezed coefficients*)

Zero Order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$K_d = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah.

$K_d = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang di operasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel bauran promosi, bukti fisik, dan kepuasan pelanggan sebagaimana yang tercantum di oprasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Dengan berpedoman kepada skala *likert* dimana setiap jawabannya akan diberikan skor dengan kriteria sebagai berikut: Sangat setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Kurang setuju (KS) diberi skor 3, Tidak setuju (TS) diberi skor 2, dan Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada pelanggan *Barber Addict* Bandung, yang berlokasi di Jalan A.H. Nasution, Nomor 45, Kelurahan Pasirbiru, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan April 2019 sampai dengan selesai.