

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, Sugiyono (2017:2). Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode *survey*. *Survey* merupakan 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 penelitian *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.

Menurut Sugiyono (2017:7) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian deskriptif (Sugiyono, 2017:59) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri,

baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Metode penelitian deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah nomor satu, dua dan tiga. Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:60) adalah suatu penelitian yang digunakan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah nomor 4.

3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian secara spesifiknya merupakan suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dengan 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 dalam penelitian digunakan agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukan proses atau operasional alat ukur yang akan digunakan untuk variabel yang diteliti.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:63) pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik

kesimpulannya. Variabel penelitian dapat disesuaikan dengan masalah penelitian. Variabel yang diteliti wajib relevan dengan masalah penelitian, selain relevan variabel penelitian juga harus memenuhi unsur keterhubungan antara variabel yang mempengaruhi dan dipengaruhi.

Variabel independen atau yang biasa disebut dengan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen, variabel bebas diberi simbol (X), sedangkan variabel dependen atau yang biasa disebut variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen, variabel terikat diberi tanda (Y). Variabel-variabel penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel lokasi (X_1) dan variabel orang (*people*) (X_2) sebagai variabel independen atau variabel bebas serta variabel kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen atau variabel terikat.

Lokasi (X_1) menurut Hurriyati dalam Didin dan Firmansyah (2019:184) untuk produk industri manufaktur *place* diartikan sebagai saluran distribusi (*zero channel, two channel, dan multilevel channels*), sedangkan untuk produk industri jasa, *place* diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Lalu, orang (*people*) (X_2) menurut pendapat Hurriyati (2017:62) mendefinisikan bahwa orang (*people*) didefinisikan juga sebagai semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.

Variabel kepuasan pelanggan (Y) yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini memiliki pengertian menurut Kotler dan Keller dalam Priansa, (2017:196) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Selain itu, operasionalisasi variabel juga bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1 di bawah ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p>Lokasi (X₁)</p> <p>Lokasi (<i>place</i>) untuk produk industri manufaktur <i>place</i> diartikan sebagai saluran distribusi (<i>zero channel</i>, <i>two channel</i>, dan <i>multilevel channels</i>), sedangkan untuk produk industri jasa, <i>place</i> diartikan sebagai tempat pelayanan jasa.</p> <p>(Hurriyati dalam Didin dan Firmansyah, 2019;184)</p>	Akses	Kemudahan lokasi <i>rockyman barbershop</i> dijangkau	Tingkat kemudahan <i>rockyman barbershop</i> untuk dijangkau	Ordinal	1
		Tersedianya transportasi umum menuju lokasi <i>rockyman barbershop</i>	Tingkat ketersediaan transportasi umum menuju <i>rockyman barbershop</i>	Ordinal	2
	Visibilitas	Kemudahan menemukan lokasi <i>rockyman barbershop</i>	Tingkat kemudahan menemukan lokasi <i>rockyman barbershop</i>	Ordinal	3
		Mudahnya jalan masuk menuju <i>rockyman barbershop</i>	Tingkat mudahnya jalan masuk menuju <i>rockyman barbershop</i>	Ordinal	4
	Lalu Lintas	Lalu lintas di sekitar <i>rockyman barbershop</i> lancar	Tingkat kelancaran lalu lintas di sekitar <i>rockyman barbershop</i>	Ordinal	5
		Tersedianya rambu lalu lintas di sekitar lokasi <i>rockyman barbershop</i>	Tingkat ketersediaan rambu lalu lintas di sekitar <i>rockyman barbershop</i>	Ordinal	6

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
	Tempat Parkir	Tempat parkir di <i>rockyman barbershop</i> aman	Tingkat keamanan tempat parkir di <i>rockyman barbershop</i>	Ordinal	7
		Tempat parkir di <i>rockyman barbershop</i> luas	Tingkat ketersediaan lahan parkir yang luas di <i>rockyman barbershop</i>	Ordinal	8
<p>Orang (<i>people</i>) (X₂)</p> <p>Orang (<i>people</i>) didefinisikan juga sebagai semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.</p> <p>(Hurriyati (2017;62))</p>	Sikap	Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	Tingkat keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	9
		Kerapihan karyawan dalam berpakaian	Tingkat kerapihan karyawan dalam berpakaian	Ordinal	10
	Perilaku	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	Tingkat pelayanan dengan baik kepada pelanggan	Ordinal	11
		Karyawan memberikan kesan yang positif kepada pelanggan	Tingkat karyawan memberikan kesan yang positif kepada pelanggan	Ordinal	12
	Keakuratan	Keakuratan karyawan <i>kapster</i> dalam memangkas rambut pelanggan sesuai dengan pesanan pelanggan	Tingkat keakuratan karyawan <i>kapster</i> dalam memangkas rambut pelanggan sesuai dengan pesanan pelanggan	Ordinal	13

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		Keterampilan karyawan <i>kapster</i> dalam memberikan contoh potongan rambut	Tingkat Keterampilan karyawan <i>kapster</i> dalam memberikan contoh potongan rambut	Ordinal	14
		Karyawan <i>kapster</i> memberikan penjelasan mengenai potongan rambut yang sesuai dengan pelanggan	Tingkat Karyawan <i>kapster</i> memberikan penjelasan mengenai potongan rambut yang sesuai dengan pelanggan	Ordinal	15
<p align="center">Kepuasan Pelanggan (Y)</p> <p>Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.</p> <p align="center">(Kotler dan Keller dalam Priansa, 2017;196)</p>	Harapan	Kesesuaian harapan atas lokasi yang disediakan <i>rockyman barbershop</i>	Tingkat kesesuaian harapan atas lokasi yang disediakan <i>rockyman barbershop</i>	Ordinal	16
		Kesesuaian harapan atas kinerja karyawan dalam melayani pelanggan	Tingkat kesesuaian harapan atas kinerja karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	17
	Kinerja	Kepuasan atas kinerja lokasi yang disediakan <i>rockyman barbershop</i>	Tingkat kepuasan kinerja lokasi yang disediakan <i>rockyman barbershop</i>	Ordinal	18
		Kepuasan atas kinerja karyawan dalam melayani pelanggan	Tingkat kepuasan atas kinerja karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	19

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
	Perbandingan	Lokasi <i>rockyman barbershop</i> sesuai dengan yang di harapkan pelanggan	Tingkat kesesuaian lokasi <i>rockyman barbershop</i> dengan yang diharapkan pelanggan	Ordinal	20
		Hasil potongan rambut sesuai dengan harapan pelanggan sebelumnya	Tingkat kepuasan hasil potongan rambut sesuai dengan harapan pelanggan sebelumnya	Ordinal	21
	Pengalaman	Karyawan <i>rockyman barbershop (kapster)</i> berpengalaman dalam memotong rambut	Tingkat pengalaman karyawan <i>rockyman barbershop (kapster)</i> dalam memotong rambut	Ordinal	22
		<i>Rockyman</i> adalah <i>barbershop</i> yang sudah berpengalaman	Tingkat ke berpengalaman <i>rockyman barbershop</i>	Ordinal	23
	Konfirmasi dan Dis-konfirmasi	Kepuasan pelanggan memotong rambut di <i>rockyman barbershop</i>	Tingkat kepuasan pelanggan memotong rambut di <i>rockyman barbershop</i>	Ordinal	24
		Ketidakpuasan pelanggan memotong rambut di <i>rockyman barbershop</i>	Tingkat ketidakpuasan pelanggan memotong rambut di <i>rockyman barbershop</i>	Ordinal	25
		Potongan rambut di <i>rockyman barbershop</i> melebihi harapan	Tingkat potongan rambut di <i>rockyman barbershop</i> yang melebihi harapan pelanggan	Ordinal	26

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

3.3. Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti, sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam suatu penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi maka peneliti dapat melakukan pengolahan data. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian (Juliansyah Noor, 2012:147).

Untuk mempermudah penelitian, peneliti akan mengambil bagian dan jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Penarikan sampel diperlukan apabila populasi yang diambil sangat banyak dan peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau seluruh populasi. Adanya sampel sangat membantu peneliti sehingga tidak perlu meneliti secara keseluruhan populasi cukup hanya sebagian.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah 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, 2017:80). Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari *Rockyman barbershop*. Berikut adalah data jumlah pelanggan *Rockyman barbershop* 2018 yang akan diperlihatkan pada halaman selanjutnya.

Tabel 3.2
Jumlah Pengunjung *Rockyman Barbershop*
Periode Januari-Desember 2019

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	Januari	414
2.	Februari	437
3.	Maret	463
4.	April	452
5.	Mei	515
6.	Juni	480
7.	Juli	448
8.	Agustus	451
9.	September	405
10.	Oktober	378
11.	November	335
12.	Desember	317
TOTAL PENGUNJUNG		5.095
RATA-RATA		425

Sumber: *Rockyman barbershop* diolah 2021

Berdasarkan Tabel 3.2 sebelumnya maka dapat dilihat bahwa pengunjung *Rockyman barbershop* mengalami kenaikan dan juga penurunan selama tahun 2019. Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah pengunjung selama periode 2019 yaitu sebanyak 425 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat

menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus *representatif* (mewakili), Sugiyono (2017:120).

Untuk mengetahui jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka perlu dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampe yang di tolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan sebanyak 5.095 orang, maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel pada halaman selanjutnya.

$$n = \frac{425}{1 + (425)(0,1)^2} = 80,9 \sim 81$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan di atas maka diperoleh ukuran (n) atau jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 (dibulatkan) orang yang akan dijadikan ukuran untuk sampel penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, dalam hal ini terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability* sampling. Menurut Sugiyono (2017:84) *non probability* sampling

adalah teknik pengambilan sampel yang tidak diberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *non probability* sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *accidental* sampling. *Accidental* sampling 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 (Sugiyono, 2017:85).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:137) jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Merupakan data yang diperoleh secara langsung pada objek penelitian untuk memperoleh data primer melalui beberapa cara, yaitu:

a. Wawancara

Teknik wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui secara lebih detail mengenai data dan informasi untuk kepentingan penelitian dengan melakukan sesi tanya jawab yang dilakukan secara langsung dengan para responden atau pihak perusahaan.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan alat ukur yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian akan dijawab langsung oleh responden. Kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk mengetahui karakteristik responden dan pendapat mengenai masalah penelitian yaitu pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Rockyman barbershop*.

c. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sutrisno dalam Sugiyono, 2017:145). Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Proses observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara mengamati secara langsung bagaimana kondisi dari objek penelitian dan juga melihat bagaimana kaitannya dengan masalah penelitian yang sedang dilakukan.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder dengan mengumpulkan data file laporan perusahaan dan data-data lain yang berhubungan dengan penelitian yang dapat membantu proses penyelesaian penelitian, seperti:

a. Buku

Buku yang digunakan adalah yang sesuai dengan penelitian ini dan dapat membantu memperlengkap informasi yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian.

b. Jurnal

Data pendukung yang berasal dari jurnal penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lainnya dan yang berhubungan dengan penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian yang peneliti lakukan.

c. Internet

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

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 konsistenan 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

Uji validitas menurut Sugiyono (2017:121) merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut

dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku. Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

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

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Sugiyono (2013:179) dalam bukunya menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 ke atas. Maka, semua pertanyaan atau pernyataan yang memiliki tingkat kolerasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product and Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil *output* SPSS pada tabel dengan judul *Item-Total Statistic*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected Item-Total Correlation*.

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:

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

Dimana :

r = Koefesien korelasi *product moment*

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan 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 antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. 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 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6. Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dari setiap item kuesioner. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner menggunakan skala *likert*. Skala *likert* menurut Sugiyono (2017:93) adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. 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 pertanyaan alternatif sebagai berikut:

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5

Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017:160)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat dilihat alternatif jawaban dan bobot nilai untuk item-item instrumen pada kuesioner. Jawaban dari setiap responden dapat dihitung, skor tersebut kemudian ditabulasikan untuk menghitung validitas dan reliabilitasnya. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif yang dapat membantu dalam mengolah, menganalisis dan menginterpretasikan data yang diteliti.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif biasanya 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.

Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini peneliti akan menganalisa data tersebut satu persatu yang didasarkan pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung. Peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan

dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui tingkat perolehan skor variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden.

Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya:

$$\sum p = \frac{\sum \text{jawaban kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}} = \text{skor rata-rata}$$

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

$$NJI(\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria jawaban}}$$

Dimana:

$$\text{Nilai tertinggi} = 5$$

$$\text{Nilai terendah} = 1$$

$$NJI(\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut:

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 - 1,80 : Sangat tidak setuju
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 - 2,60 : Tidak setuju
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 - 3,40 : Kurang setuju
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 - 4,20 : Setuju
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 - 5,00 : Sangat setuju

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
1,00	1,80	2,60	3,40	4,20	5,00

Gambar 3.1 Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif menurut Sugiyono (2017:60) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verifikatif merupakan analisis untuk membuktikan dan mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui dan menguji kebenaran hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan perhitungan statistik. Dalam menggunakan analisis verifikatif terdapat beberapa metode yang dapat digunakan. Selanjutnya akan dijelaskan metode-metode yang dapat digunakan untuk analisis verifikatif.

3.6.2.1. *Method of Succeshive Interval* (MSI)

Method of Succeshive Interval (MSI) merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah diperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, dimana data masih dalam bentuk skala ordinal maka perlu diubah menjadi skala interval dengan teknik *Method of Succeshive Interval*.

Dalam banyaknya prosedur dalam statistik seperti regresi, korelasi *Pearson*, uji *t* dan yang lainnya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika kita hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut. Kecuali jika kita menggunakan prosedur seperti korelasi Spearman yang mengijinkan data

berskala ordinal maka kita tidak perlu mengubah data yang sudah ada tersebut. Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI yaitu pada halaman selanjutnya.

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden disebut dengan proposi.
4. Menentukan proposi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribur normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value* untuk masing-masing reponden dengan rumusan:

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

Keterangan :

<i>SV (Scala Value)</i>	= Rata-rata interval
<i>Density at lower limit</i>	= Kepaduan batas bawah
<i>Density at upper limit</i>	= Kepaduan batas atas
<i>Area under upper limit</i>	= Daerah dibawah batas atas
<i>Area under lower limit</i>	= Daerah dibawah batas bawah

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus sebagai berikut:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

3.6.2.2. Analisis Regresi Linear Berganda

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. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X_1 (lokasi), X_2 (*people*) dan Y (kepuasan pelanggan). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

X_1 = Lokasi

X_2 = Orang (*people*)

b_1 dan b_2 = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel

e = *error* untuk mendapatkan nilai a , b_1 dan b_2 , dapat menggunakan

rumus sebagai berikut:

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

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

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

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

3.6.2.3. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Korelasi merupakan suatu teknik analisis yang termasuk dalam salah satu teknik pengukuran asosiasi atau hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah koefisien korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi. Berikut adalah rumus korelasi berganda:

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

Dimana:

R^2 = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah Kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ sebagai:

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan variabel Y .

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif.

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Tabel 3.4
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Cukup

Tabel 3.4
Taksiran Besarnya Koefisien Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017:278)

3.6.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.6.3.1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis simultan atau Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen 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 lokasi dan orang (*people*) terhadap kepuasan pelanggan.

$H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0,$ Terdapat pengaruh lokasi dan orang (*people*) terhadap kepuasan pelanggan.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian di uji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Peneliti dalam hal ini melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda yang dimana menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

R^2 = Kuadrat koefesien kolerasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

n = Ukuran sampel

F = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

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

Berdasarkan perhitungan yang telah dijelaskan di atas maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut ($n-k-1$) dengan ketentuannya sebagai berikut:

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

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

3.6.3.2. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji hipotesis parsial atau Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji T juga digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut pada halaman selanjutnya.

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan
- b. $H_1 : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan
- c. $H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh orang (*people*) terhadap kepuasan

pelanggan

d. $H_0 : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh orang (*people*) terhadap kepuasan

pelanggan

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

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

Dimana:

t-hitung = Statistik uji kolerasi

n = Jumlah sampel

rp = Nilai kolerasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.

3.6.3.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X_1 (lokasi) dan X_2 (*people*) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus pada halaman berikutnya.

1. Analisis koefisien determinasi berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (lokasi) dan X_2 (*people*) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu pada halaman selanjutnya.

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

Dimana:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat dari koefisien ganda

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (lokasi) dan X_2 (*people*) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) secara parsial:

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

Dimana:

β = Beta (nilai *standarliezed coefficients*)

Zero Order = Matrik kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$Kd = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y , lemah

$Kd = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y , Kuat

3.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi untuk melakukan penelitian ini dilakukan di *Rockyman barbershop* Bandung. Alamatnya berada di Jalan Cikutra No. 137, Neglasari, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40124. Waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan Agustus 2020 sampai dengan selesai.