

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2021:2). Data yang didapatkan dari penelitian dapat digunakan untuk mengungkapkan, menggambarkan, dan menyimpulkan hasil pemecahan dari suatu masalah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2021:16).

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode survey. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menyebarkan kuesioner, wawancara terstruktur, dan sebagainya (Sugiyono, 2021:15). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2021:147), penelitian deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Dalam penelitian deskriptif data dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, uraian singkat, dan lain-lain, sehingga dapat menggambarkan objek penelitian (Sugiyono, 2021:325). Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian

deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu, untuk mengetahui tanggapan penginap mengenai Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) Toko Emas Berkah.

Penelitian verifikatif adalah penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2021:329). Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Toko Emas Berkah.

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. Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel-variabel tersebut kemudian didefinisikan dan dibuat operasionalisasi variabelnya berdasarkan dimensi, indikator, dan skala penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2021:68). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X_1),

Lokasi (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Adapun masing-masing variabel tersebut didefinisikan sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent, atau variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2021:69). Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2).

a. Kualitas Pelayanan (X_1)

Menurut Kotler dan Keller (2018:131) Kualitas Pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

b. Lokasi (X_2)

Menurut Didin dan Firmansyah (2019:185) lokasi adalah suatu tempat dalam berbisnis yang strategis untuk menentukan keberhasilan baik bagi pembisnis maupun pelanggannya serta membuat konsumen tertarik untuk tetap loyal pada perusahaan tersebut.

2. Kualitas Pelayanan (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen, atau variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2021:69). Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Kepuasan menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2018:150) ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul

setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan dalam penelitian ini karena untuk mempermudah dalam memahami skala pengukuran dan menentukan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan tabel mengenai operasionalisasi variabel dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Kepuasan Pelanggan.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Kualitas Pelayanan (X_1) Kualitas Pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kotler dan Keller (2018:131)	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Kerapihan Pakaian Karyawan	Tingkat Kerapihan Pakaian Karyawan	Ordinal	1
		Kebersihan Gedung	Tingkat Kebersihan Gedung	Ordinal	2
	Kehandalan (<i>Realibility</i>)	Kehandalan Karyawan Dalam Melayani Pelanggan	Tingkat Kehandalan Karyawan Dalam Melayani Pelanggan	Ordinal	3
		Kemampuan Karyawan Memberikan Informasi Tentang Produk	Tingkat Kemampuan Karyawan Memberikan Informasi Tentang Produk	Ordinal	4
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Kesedian Karyawan Membantu Pelanggan	Tingkat Kesian Karyawan Membantu Pelanggan	Ordinal	5
		Kecepatan Karyawan Dalam	Tingkat Kecepatan Karyawan	Ordinal	6

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
		Penyelesaian Keluhan Pelanggan	Dalam Penyelesaian Keluhan Pelanggan		
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Pengetahuan Karyawan Tentang Produk	Tingkat Pengetahuan Karyawan Tentang Produk	Ordinal	7
		Ketepatan Jaminan Produk	Tingkat Ketepatan Jaminan Produk	Ordinal	8
	Empati (<i>Emphaty</i>)	Komunikasi Karyawan Kepada Pelanggan Baik	Tingkat Komunikasi Karyawan Kepada Pelanggan Baik	Ordinal	9
		Karyawan Ramah Kepada Pelanggan	Tingkat Karyawan Ramah Kepada Pelanggan	Ordinal	10
	Lokasi (X ₂) Lokasi adalah suatu tempat dalam berbisnis yang strategis untuk menentukan keberhasilan baik bagi pembisnis maupun pelanggannya serta membuat konsumen tertarik untuk tetap loyal pada perusahaan tersebut. Didin dan Firmansyah (2019:185)	Akses	Kemudahan dijangkaunya lokasi Toko Emas Berkah	Tingkat kemudahan dijangkaunya lokasi Toko Emas Berkah	Ordinal
Tersedianya transportasi umum menuju Toko Emas Berkah			Tingkat ketersediaan transportasi umum menuju Toko Emas Berkah	Ordinal	12
Visibilitas		Kemudahan menemukan lokasi Toko Emas Berkah	Tingkat kemudahan menemukan lokasi Toko Emas Berkah	Ordinal	13
		Mudahnya jalan masuk menuju Toko Emas Berkah	Tingkat kemudahan jalan masuk menuju Toko Emas Berkah	Ordinal	14
Lalu Lintas		Lalu lintas sekitar Toko	Tingkat kelancaran lalu	Ordinal	15

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
		Emas Berkah lancar	lintas disekitar Toko Emas Berkah		
		Tersedianya rambu lalu lintas disekitar lokasi Toko Emas Berkah	Tingkat ketersediaan rambu lalu lintas disekitar lokasi Toko Emas Berkah	Ordinal	16
	Tempat Parkir	Tempat parkir di Toko Emas Berkah aman	Tingkat keamanan tempat parkir di Toko Emas Berkah	Ordinal	17
		Tempat parkir di Toko Emas Berkah luas	Tingkat ketersediaan lahan parkir di Toko Emas Berkah	Ordinal	18
<p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p> <p>Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.</p> <p>Kotler dan Keller (2018:150)</p>	Kinerja	Kepuasan atas harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan	Ordinal	19
		Kepuasan atas kinerja karyawan dalam melayani pelanggan	Tingkat kinerja karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	20
		Kepuasan atas Produk yang ditawarkan	Tingkat kepuasan atas produk yang ditawarkan	Ordinal	21
		Kepuasan atas kemudahan dalam melakukan proses transaksi	Tingkat kepuasan atas kemudahan dalam melakukan proses transaksi	Ordinal	22
	Harapan	Kepuasan atas harga dengan harapan pelanggan	Tingkat kepuasan atas harga dengan harapan	Ordinal	23

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
			pelanggan		
		Kepuasan atas kualitas pelayanan dengan harapan pelanggan	Tingkat kepuasan atas kualitas pelayanan dengan harapan pelanggan	Ordinal	24
		Kepuasan atas produk yang ditawarkan dengan harapan pelanggan	Tingkat kepuasan atas produk yang ditawarkan	Ordinal	25
		Kepuasan atas terpenuhinya janji-janji perusahaan	Tingkat kepuasan atas terpenuhinya janji-janji perusahaan	Ordinal	26

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2022

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel diperlukan dalam penelitian, karena tentunya suatu penelitian memerlukan subjek atau objek penelitian agar data-data yang diperlukan dapat diperoleh dengan baik dan permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian ini berlaku sebagai objek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021:126). Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek atau objek yang

dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Dalam penelitian ini, populasinya adalah pelanggan toko emas berkah.

Tabel 3.2
Jumlah Pelanggan Toko Emas Berkah Januari – Juni 2022

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	148
Februari	126
Maret	97
April	334
Mei	198
Juni	132
Jumlah	1035
Rata-Rata	172,5

Sumber : Toko Emas Berkah (2022)

3.3.2 Sample

Sampel merupakan bagian dari populasi yang di ambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel merupakan salah satu unsur dari populasi yang hendak di jadikan suatu objek penelitian. Apabila penelitian menggunakan sampel maka yang bisa di dapatkan yaitu ciri-ciri sampel yang diharapkan bisa menaksir ciri-ciri populasi. Menurut Sugiyono (2021:81). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

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

e² : Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolerir

(Tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan toko emas berkah dengan jumlah populasi yaitu sebanyak 1.035 orang. Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat ke akuratannya yaitu 90% maka sampel yang dapat diambil untuk mewakili populasi tersebut yaitu :

$$n = \frac{1.035}{1 + (1.035)(0,10)^2}$$

$$= 91,19 \approx 92 \text{ (dibulatkan)}$$

Maka dengan melihat hasil diatas, banyaknya sampel yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 92 orang responden pelanggan toko emas berkah dengan tingkat kesalahan 10%

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2021:128). Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu, probability sampling dan nonprobability sampling. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. Menurut Sugiyono (2021:131) nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kemudian, nonprobability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah incidental sampling. Incidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2021:133).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi serta fakta pendukung yang ada di lapangan untuk keperluan penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk diteliti lebih lanjut (Sugiyono, 2021:194). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan Penelitian lapangan dilakukan untuk mendapatkan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung terhadap objek penelitian.
 - a) Wawancara Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber. Menurut Sugiyono (2021:195) wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur serta dapat dilakukan melalui tatap muka maupun melalui telepon.
 - b) Kuesioner Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada responden. Menurut Sugiyono (2021:200) kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka serta dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.
 - c) Observasi Teknik pengumpulan data dengan observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung terhadap masalah yang berkaitan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2021:203) observasi dilakukan apabila

penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

2. Penelitian Kepustakaan Penelitian kepustakaan dilakukan untuk mendapatkan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung yang memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan.
 - a) Buku-buku referensi yang berhubungan dengan penelitian.
 - b) Jurnal-jurnal atau penelitian terdahulu yang berhubungan dan membahas topik yang sama dengan penelitian ini, serta dianggap relevan.
 - c) Internet, pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari informasi informasi yang berhubungan dengan penelitian yang dipublikasikan melalui internet.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2021:156). Pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas dan reliabilitas merupakan syarat yang harus dipenuhi dalam penelitian kuantitatif yang bersumber dari data primer (Sugiyono, 2021:157).

3.5.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2021:175). Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika nilai koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut

dinyatakan valid, tetapi jika nilai koefisiennya di bawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari tahu nilai koefisien tersebut, digunakan rumus pearson product moment sebagai berikut :

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

$\sum x_i$ = Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\sum y_i$ = Jumlah hasil pengamatan variabel y

$\sum x_i y_i$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor x

$\sum y_i^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor y

Dasar pengambilan keputusan :

- a) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b) Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan ukuran mana yang dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan ukuran mana yang harus dilakukan jika dilakukan pengukuran 2 (dua) kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2021:175) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan

menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Untuk uji reliabilitas digunakan metode *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 perolehan dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum AB - (\sum A\sum B)}{\sqrt{[n\sum A^2 - (\sum A)^2][n(\sum B)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Korelasi Pearson Product Moment

A : Variabel nomor ganjil

B : Variabel noomor genap

$\sum A$: Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$: Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$: Jumlah kuadran total skor ganjil

$\sum B^2$: Jumlah kuadran total skor genap

ΣAB : Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

- 4) Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus

korelasi spearman brown menurut Sugiyono (2021:187) sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_i = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = Korelasi product moment antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Kemudian setelah dapat nilai reliabilitas (r_{hitung}) maka nilai tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$: Instrument tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$: Instrument 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 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliable.

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2021:206). 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 menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan seluruh variabel secara simultan menggunakan uji F dan secara parsial menggunakan uji-t. Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan nilai atas jawaban responden dengan skala likert.

Tabel 3.3
Skala likert

No.	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2021:147)

3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2021:325), analisis deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Dalam penelitian deskriptif data dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, uraian singkat, dan lain-lain, sehingga dapat menggambarkan objek penelitian. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui mengenai kondisi Kualitas Pelayanan

(X_1), Lokasi (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Emas Berkah, kemudian diklasifikasikan 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 nilai variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata dilakukan dengan menjumlahkan 60 jawaban kuesioner lalu dibagi jumlah pernyataan dikalikan jumlah responden. Berikut cara perhitungannya :

$$\sum p = \frac{\sum \text{Jawaban Kuisisioner}}{\sum \text{Pernyataan} \times \sum \text{Responded}} \times 100\% = \text{Skor Rata-rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, kemudian hasil perhitungan tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada ruang skor yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

Skor Minimum : 1

Skor Maksimum : 5

Lebar Skala : 0,8

Maka dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut :

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00-1,80 maka dikategorikan sangat tidak baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81-2,60 maka dikategorikan tidak baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61-3,40 maka dikategorikan kurang baik

4. Jika memiliki kesesuaian 3,41-4,20 maka dikategorikan baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21-5,00 maka dikategorikan sangat baik

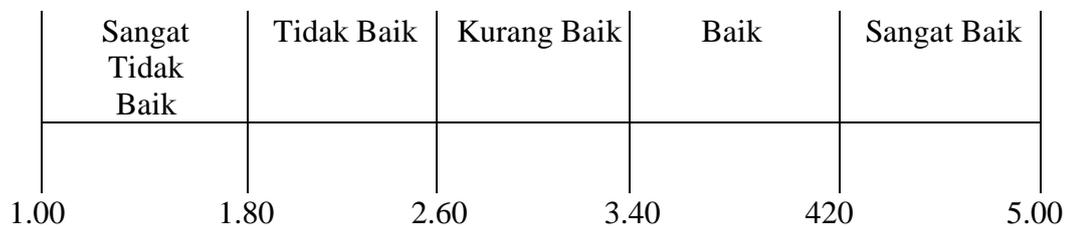
Tafsiran nilai tersebut dapat diidentifikasi ke dalam garis kontinum sebagai berikut :

Tabel 3.4
Kategori Skala

No.	Skala	Kategori Kualitas Pelayanan	Kategori Lokasi	Kategori Kepuasan Pelanggan
1	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Strategis	Sangat Tidak Puas
2	1,81 – 2,60	Tidak Baik	Tidak Strategis	Tidak Puas
3	2,61 – 3,40	Kurang Baik	Kurang Strategis	Kurang Puas
4	3,41 – 4,20	Baik	Strategis	Puas
5	4,21 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Strategis	Sangat Puas

Sumber: Sugiyono (2021:148)

Setelah ini rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum yang peneliti sajikan selanjutnya sebagai berikut:



Sumber : Sugiyono (2021)

Gambar 3.1
Garis kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2021:329).

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2021:213) menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus Sugiyono (2021:258) sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan)

a = Bilangan Konstanta

b_1 = Koefisien Bebas (Kualitas Pelayanan)

b_2 = Koefisien Bebas (Lokasi)

X_1 = Koefisien Regresi (Kualias Pelayanan)

X_2 = Koefisien Regresi (Lokasi)

e = *error* (Kesalahan)

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi Σ

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total korelasi

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

1. Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara Variabel (X_1), (X_2), (X_3) dan Y , semua positif sempurna.
2. Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel (X_1), (X_2), (X_3), dan Y , semua negatif sempurna.
3. Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.5
Taksiran besarnya koefisien korelasi

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,000 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,200 – 0,399	Rendah
3	0,400 – 0,599	Sedang
4	0,600 – 0,799	Kuat
5	0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber Sugiyono (2021:248)

3.6.3 Uji Hipotesis Statistik

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara simultan maupun parsial. 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 F digunakan 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. Pengujian ini menggunakan uji F dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis
 - a) $H_0: b_1, b_2 = 0$: artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.
 - b) $H_0: b_1, b_2 \neq 0$: artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Menentukan tingkat signifikansi, yaitu 10% atau 0,1 dan derajat bebas dengan rumus $(df) = n - k - 1$, untuk mengetahui daerah F-tabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

3. Menghitung nilai F-hitung untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Dengan rumus sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) - (n-k-1)}$$

Dimana:

- R^2 = Koefisien Korelasi Ganda
 k = Jumlah Variabel bebas (independen)
 n = Jumlah anggota sampel
 F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}
 $(n-k-1)$ = Derajat Kebebasan

Dari perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut $(dk) = (n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut :

- Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_1$ diterima (signifikan)
- Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_1$ ditolak (tidak signifikan)

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi. Hipotesis parsial dijelaskan dalam bentuk statistik yaitu:

1. H_0 $b_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
 H_1 : $b_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. H_0 : $b_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.

$H_1: b_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji-t dengan tingkat signifikansi 10% atau 0,1 dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n+2}}{1-rp^2}$$

Keterangan :

t : t-hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan t-tabel

rp : Korelasi parsial yang ditemukan

n : Jumlah sampel

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

- Terima H_0 jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}} = H_1$ diterima (tidak signifikan)
- Tolak H_0 jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} = H_1$ ditolak (signifikan)

Bila hasil pengujian statistik menunjukkan H_0 ditolak maka variabel-variabel independen mempunyai pengaruh signifikan dan berlaku sebaliknya.

3.6.3.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda simultan dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut :

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda Simultan. Analisis koefisien determinasi berganda simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan, dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi berganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Adapun koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi parsial yang peneliti sajikan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi.

β = Standar koefisien Beta (nilai $b_1 b_2$).

Zero order = Korelasi variabel independen dengan variabel dependen.

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase.

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah.

- b. Jika K_d mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2021:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner itu berisi pertanyaan mengenai variabel pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Responden memilih yang tersedia dari pernyataan yang sudah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala likert.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian ini adalah Toko Emas Berkah, Kp. Suniaraja pasar sagalaherang Blok A, Jl. Sagalaherang Subang, Desa Sagalaherang kaler, Kecamatan Sagalaherang. Penyusunan usulan penelitian ini dilakukan selama 3 bulan mulai dari bulan Oktober-Desember Tahun 2022.