

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penggunaan metode penelitian sangat penting dalam sebuah penelitian. Penggunaan metode ini untuk menguji kebenaran, menentukan data penilaian, menemukan data mengembangkan sebuah pengetahuan serta mengkaji kebenaran suatu pengetahuan sehingga memperoleh hasil yang diharapkan. Menurut Sugiyono (2022:1) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh melalui penelitian ini adalah data rasional, empiris dan sistematis yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian deskriptif mempunyai tujuan untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis antara fenomena yang diselidiki. Menurut

Sugiyono (2022:35) metode deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pernyataan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel itu sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel dengan variabel lain. Kemudian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2022:36) adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Definisi Variabel dan Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2022:55) variabel dapat didefinisikan sebagai atribut atau sifat seseorang, atau objek, yang mempengaruhi “variasi” tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dapat berupa karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek penelitian yang dapat diukur atau diobservasi. Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum memulai pengumpulan data oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Konsumen *US Barbershop*, masing-masing variabel didefinisikan dan dibuat operasionalisasi variabel. Variabel-variabel itu berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala pengukuran.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:54-55) mengemukakan bahwa “variabel” penelitian adalah suatu atribut atau sifat seseorang atau objek yang mempunyai

“variasi” tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel tersebut merupakan variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian adalah Kualitas Pelayanan (X_1) dan *Word of Mouth* (X_2). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y). Berikut ini adalah definisi variabel penelitiannya sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Menurut Tjiptono dalam Pratama & Budiarti, (2024) Kualitas Pelayanan adalah kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang disediakan untuk diperjualbelikan.

2. *Word of Mouth* (X_2)

Menurut Priansa (2017: 339) *Word of Mouth* merupakan sebuah kegiatan pemasaran dalam memberikan informasi suatu produk atau jasa dari satu konsumen kepada konsumen lainnya untuk membicarakan, mempromosikan dan mau menjual suatu merek kepada orang lain.

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Kotler dan Armstrong (2021:39) “*Customer satisfaction depends on the product’s perceived performance relative to a buyer’s expectation*”.

Setelah peneliti menjabarkan definisi-definisi di atas maka pada sub bab berikutnya akan menjabarkan operasional variabel guna memperjelas variabel-variabel dalam penelitian ini.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Operasionalisasi variabel digunakan untuk memberikan

gambaran penelitian. Berikut ini disajikan menggunakan tabel operasional variabel penelitian mengenai konsep dan indikator variabel di *US Barbershop* .

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
<p>Kualitas Pelayanan (X₁)</p> <p>Kualitas Pelayanan adalah kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang disediakan untuk diperjualbelikan.</p> <p>Tjiptono dalam Pratama & Budiarti, (2024)</p>	1. <i>Reliability</i> (Keandalan)	Kemampuan dalam pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen	Tingkat kemampuan	Ordinal	1
		Kemampuan ketepatan waktu pelayanan	Tingkat ketepatan	Ordinal	2
	2. <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	Kesiapan membantu konsumen	Tingkat kesiapan	Ordinal	3
		Memberi pelayanan yang tepat dan cepat	Tingkat ketepatan	Ordinal	4
	3. <i>Assurance</i> (Jaminan)	Kepercayaan terhadap kapster dan konsumen	Tingkat kepercayaan	Ordinal	5
		Pengetahuan dan kompetensi kapster	Tingkat profesional	Ordinal	6
	4. <i>Empathy</i> (Empati)	Berkomunikasi secara efektif	Tingkat komunikasi	Ordinal	7
		Memahami kebutuhan individual konsumen	Tingkat kemampuan	Ordinal	8

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
	5. <i>Tangibles</i> (Bukti fisik)	Fasilitas yang bersih dan rapi	Tingkat keindahan	Ordinal	9
		Peralatan atau teknologi yang memadai	Tingkat daya tarik	Ordinal	10
<p>Word of Mouth (X₂)</p> <p><i>Word of Mouth</i> merupakan sebuah kegiatan pemasaran dalam memberikan informasi suatu produk atau jasa dari satu konsumen kepada konsumen lainnya untuk membicarakan, mempromosikan dan mau menjual suatu merek kepada orang lain</p> <p>Priansa (2017:348)</p>	1. Membicarakan	Kemauan seseorang membicarakan hal positif tentang Kualitas Pelayanan kepada orang lain	Tingkat kepuasan	Ordinal	11
		Mendapat kepuasan yang maksimal untuk dibicarakan dengan orang lain	Tingkat kepuasan	Ordinal	12
	2. Merekomendasikan	Konsumen menginginkan pelayanan yang bisa memuaskan	Tingkat kesesuaian	Ordinal	13
		Keunggulan dibandingkan dengan yang lain	Tingkat kemampuan	Ordinal	14
	3. Mendorong	Dorongan terhadap orang lain untuk melakukan transaksi atas jasa	Tingkat kepercayaan	Ordinal	15

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
		Konsumen menginginkan timbal balik saat orang lain untuk memakai jasa yang telah diberitahukan	Tingkat keyakinan	Ordinal	16
Kepuasan Konsumen(Y) <i>Customer satisfaction depends on the product's perceived performance relative to a buyer's expectation.</i> Kotler dan Armstrong (2021:130)	1. <i>Performance</i>	Kinerja tinggi kapster (tukang pangkas)	Tingkat kemampuan	Ordinal	17
		Kerja secara kualitas dan kuantitas	Tingkat kemampuan	Ordinal	18
		Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen	Tingkat kesesuaian realita dan harapan	Ordinal	19
	2. <i>Expectation</i>	Harapan konsumen terhadap Kualitas Pelayanan yang akan diterima	Tingkat kesesuaian	Ordinal	20
		Perkiraan konsumen bahwa layanan diberikan akan lebih baik dari pesaing	Tingkat keyakinan	Ordinal	21
			Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen	Tingkat kesesuaian	Ordinal

Sumber: Hasil olah data oleh peneliti, 2025

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam setiap penelitian membutuhkan metode yang tepat dan harus memiliki objek atau subjek yang jelas untuk diteliti dan dapat membantu peneliti dalam melakukan pengolahan data untuk memecahkan suatu masalah dalam penelitian. Untuk mempermudah penelitian ada yang disebut sampel, yaitu bagian dari populasi. Populasi digunakan untuk mengetahui suatu wilayah yang di dalamnya ada bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam sub bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai pengertian populasi dan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan data yang mempunyai karakteristik yang sama dan menjadi objek referensi, statistika inferensi mendasarkan diri pada dua konsep dasar, populasi sebagai seluruh data, baik nyata maupun imajiner, dan sampel, sebagai bagian dari populasi yang digunakan untuk melakukan inferensi (pendekatan/penggambaran) terhadap populasi tempatnya berasal. Menurut Sugiyono (2022:80), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen pada *US Barbershop*. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen *US Barbershop* pada tahun 2024, dapat dilihat pada tabel 3.2:

Tabel 3. 2
Jumlah Konsumen *US Barbershop* pada tahun 2024

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	362
Februari	420
Maret	347
April	451
Mei	375
Juni	377
Juli	330
Agustus	408
September	312
Oktober	336
November	364
Desember	392
Total	4474
Rata-rata	373

Sumber: *US Barbershop* , 2025

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2022:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan representasi dari populasi yang lebih kecil, sehingga hasil penelitian pada sampel diharapkan dapat digeneralisasikan atau diaplikasikan pada seluruh populasi. Sampel diambil untuk mewakili populasi, sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan. Apabila populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus *slovin* dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e = 10\%$ adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%).

Kesalahan yang dapat di toleransi sebesar 10% (0,1) atau dapat disebut dengan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang dapat diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{373}{1 + 373 (0,1)^2} = \frac{373}{1 + 373 (0,01)} = \frac{373}{4,73} = 78,85 \text{ atau } 80$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian sebanyak 80 orang atau responden yang akan dijadikan sampel penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan Sugiyono (2022:81). Teknik sampling merupakan metode yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan diambil dari populasi sehingga dapat dijadikan sebagai sumber data penelitian. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling* (Sugiyono, 2022:80).

1. *Probability Sampling*

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk membuat generalisasi atau kesimpulan tentang populasi dari sampel yang diambil, karena sampel yang dihasilkan cenderung representatif terhadap populasi. Berikut ini adalah jenis-jenis dari *probability sampling* (Sugiyono, 2022:81).

a. *Simple Random Sampling*

Simple Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

b. *Proportionate Stratified Random Sampling*

Proportionate stratified random sampling adalah teknik sampling yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan ber-strata secara proporsional.

c. *Disproportionate Stratified Random Sampling*

Disproportionate stratified random sampling adalah teknik sampling yang digunakan bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional.

d. *Cluster Random Sampling*

Cluster random sampling merupakan teknik sampling daerah yang digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, misalnya penduduk dari suatu negara, provinsi atau kabupaten.

2. *Non-probability sampling*

Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pemilihan sampel didasarkan pada pertimbangan atau kebijakan tertentu, bukan secara acak. Berikut ini adalah jenis-jenis dari *non-probability sampling* (Sugiyono, 2022:82).

a. *Systematic Sampling*

Systematic sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari angka populasi yang telah diberi nomor urut.

b. Kuota Sampling

Kuota sampling adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.

c. *Incidental Sampling*

Incidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

d. *Purposive sampling*

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

e. Sampling Jenuh

Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

f. *Snowball* sampling

Snowball sampling adalah teknik sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2022:84). Teknik *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data dan instrumen pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya dan apa alat yang digunakan. Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjukkan suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya. Berikut merupakan data primer dan data sekunder yang diperoleh peneliti sebagai berikut:

1. Data Primer

Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan pengamatan atau survei langsung pada *US Barbershop* sebagai objek penelitian. Tujuan penelitian lapangan ini adalah untuk memperoleh data yang lebih jelas dan akurat. Adapun data yang diperoleh meliputi :

a. Wawancara

Yaitu suatu bentuk komunikasi secara lisan yang bertujuan untuk memperoleh informasi atau data tentang keadaan perusahaan. Peneliti melakukan wawancara dengan konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah konsumen *US Barbershop* .

b. Observasi

yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung di lokasi penelitian yaitu pada *US Barbershop* di Majalengka.

c. Kuesioner atau pernyataan

Yaitu dengan cara membuat daftar pernyataan yang kemudian disebarakan kepada para responden secara langsung sehingga hasil pengisiannya akan lebih jelas dan akurat. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden dengan menggunakan daftar pernyataan yang menyangkut dengan variabel Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Konsumen pada *US Barbershop* .

2. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder merupakan data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari :

a. Sejarah, literature dan profil *US Barbershop* .

b. Buku-buku yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Konsumen.

c. Jurnal dan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik permasalahan yang diteliti.

- d. Studi kepustakaan yaitu pengumpulan data dengan cara mengkaji dan menelaah berbagai bahan bacaan dan literatur yang erat hubungannya dengan penelitian.
- e. Internet dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Konsumen.

3.5 Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini ada dua uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, adalah sebagai berikut:

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti, menurut Sugiyono (2022:125). Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Validitas memastikan bahwa hasil pengukuran yang diperoleh relevan dan akurat dalam konteks tujuan penelitian atau evaluasi. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2022:133) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r \geq 0,3$ maka item-item tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika $r \leq 0,3$ maka item-item tersebut dinyatakan tidak valid.

Dalam mencari korelasi peneliti menggunakan rumus *Pearson Product Moment* menurut Sugiyono, (2022:183), dengan rumus 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 r *product moment*

r : Koefisien validitas item yang dicari

X : Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

n : Jumlah responden

$\sum X$: 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 X

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar mengambil keputusan :

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

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau

lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk di uji reliabilitas. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2022:173).

Untuk menguji reliabilitas peneliti ini menggunakan metode *Cronbach alpha*. *Cronbach alpha* adalah patokan yang digunakan untuk mendeskripsikan korelasi atau hubungan antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. sehingga setiap skor itemnya dijumlahkan akan menghasilkan skor total Jika korelasi nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan sama dengan (r_{tabel}) atau lebih dari 0,7 maka dapat dinyatakan memberikan hasil reliabel yang cukup, tetapi sebaliknya jika hasil korelasi di bawah (r_{tabel}), maka dapat dinyatakan hasil kurang reliabel. Instrumen yang telah digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Rumus dari uji reliabilitas sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas alpha

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

a. : Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.

b. : Bila $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan 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 *relative* sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan penyederhanaan dari data yang telah terkumpul ke dalam bentuk yang mudah untuk diinterpretasikan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2022:147) menyatakan analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Pengolahan data dilakukan dengan cara data yang telah dikumpulkan, diolah, dan disajikan dalam bentuk tabel. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, kemudian mengolah, menafsirkan, serta menyajikannya dalam bentuk yang mudah dipahami untuk mendukung pengambilan keputusan yang tepat.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner untuk melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan dan setiap jawaban yang diberikan oleh responden diberikan nilai dengan skala *likert*. Sugiyono (2022:93) menyatakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang dianjurkan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh

antara variabel *independent* (X_1 = Kualitas Pelayanan dan X_2 = *Word Of Mouth*) terhadap variabel *dependent* Y = Kepuasan Konsumen) di *US Barbershop* .

3.6.1 Teknik Metode Analisis

Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk mengkaji hipotesis yang telah diajukan. Pada statistik inferensial data dapat dibedakan menjadi statistik parametris dan non parametris. Statistik parametris digunakan untuk menganalisis data interval. Sedangkan statistik non parametris untuk menganalisis data normal (Sugiyono, 2022:147).

3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai data, baik melalui angka, tabel, grafik, maupun narasi. Di mana Kualitas Pelayanan (X_1), *Word of Mouth* (X_2), dan Kepuasan Konsumen (Y) setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda. Setiap pilihan jawaban diberi poin, dan responden kemudian harus menjelaskan, apakah mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor pilihan jawaban untuk kuesioner pertanyaan positif dan negatif yang diajukan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2022:94)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat dilihat alternatif jawaban dan bobot nilai untuk setiap instrumen pada kuesioner. Dalam bobot ini untuk dapat memudahkan responden untuk dapat menjawab pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang diajukan. Dalam analisis ini juga dapat menggambarkan jawaban-jawaban responden dari kuesioner yang telah diajukan oleh peneliti. Di bagian ini menganalisis data yang telah didasari pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan kuesioner yang telah di isi oleh responden selama penelitian berlangsung.

Peneliti menggunakan analisis deskriptif dalam variabel *independent* dan variabel *dependent* yang akan dilakukan klarifikasi terhadap jumlah skor responden. Jumlah skor jawaban responden yang sudah didapatkan kemudian disusun sesuai dengan kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Menganalisis data dalam setiap variabel penelitian dilakukan dengan cara menyusun tabel distribusi frekuensi untuk dapat mengetahui apakah tingkat perolehan skor variabel penelitian. Untuk menetapkan skor rata-rata jumlah kuesioner dibagi jumlah pernyataan dikaitkan dengan jumlah responden. Berikut rumus hitungnya :

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

Setelah mengetahui skor rata-rata, maka hasil dalam kuesioner tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang didasari pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan dengan rentang skor sebagai berikut :

$$(\text{Nilai jenjang interval}) = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui kemudian hasil tersebut di interpretasikan dengan alat bantu Tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

- a. Indeks Minimum: 1
- b. Indeks Maksimum: 5
- c. Interval: $5 - 1 = 4$
- d. Jarak Interval: $(5 - 1) : 5 = 0,8$

Tabel 3. 4
Tafsiran Nilai Rata-rata

Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Tidak Baik/Rendah
2,61 – 3,40	Kurang Baik/Sedang
3,41 – 4,20	Baik/Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2022:134)

Tafsiran nilai rata-rata tersebut dapat diidentifikasi ke dalam garis kontinum. Berikut adalah garis kontinum yang digunakan untuk memudahkan peneliti melihat kategori penilaian mengenai variabel yang diteliti:

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

Sumber: Sugiyono (2022:160)

Gambar 3. 1
Garis Kontinum

Maka dapat kita tentukan kategori skala sebagai berikut :

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

3.6.3 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak (Sugiyono, 2022:54). Dalam penelitian ini untuk mengetahui hasil yang berkaitan, dengan kualitas pelayanan(X_1) dan *Word of Mouth* (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan metode seperti berikut ini:

3.6.3.1 *Method of Successive Interval (MSI)*

Method of successive interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner

berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan teknik MSI (*Method of Successive Internal*). Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi person, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Langkah-langkah dalam mengonversikan skala ordinal menjadi skala interval yaitu:

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 proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value (SV)* untuk masing-masing responden dengan rumusan berikut:

$$SV = \frac{\text{Density of lower limit} - \text{density of upper limit}}{\text{area under upper limit} - \text{area under lower limit}}$$

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

$$\begin{aligned} y &= sv + [k] k \\ &= I[sv \text{ min}] \end{aligned}$$

Untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke dalam skala interval, maka peneliti menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

3.6.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel *independent* (X_1, X_2) dengan variabel *dependent* (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* apakah masing-masing variabel *independent* berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel *dependent* dan untuk memprediksi nilai dari variabel *dependent* apabila nilai variabel *independent* mengalami kenaikan atau perubahan. Dikatakan regresi linier berganda, karena jumlah variabel *independent* sebagai prediktor lebih dari satu, analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang paling jamak dipergunakan dalam penelitian- penelitian sosial, terutama penelitian ekonomi. Adapun persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

α : Bilangan konstanta

b_1, b_2 : Koefisien regresi Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth*

X_1 : Variabel bebas (Kualitas pelayanan)

X_2 : Variabel bebas (*Word Of Mouth*)

e : Tingkat Kesalahan (*standard error*)

3.6.3.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mendapatkan derajat atau energi hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). persatuan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah koefisien korelasi. Koefisien korelasi yaitu merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel dengan pernyataan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi. Berikut rumus korelasi berganda:

$$r^2 = \frac{JK(\text{reg})}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

r^2 : Koefisien korelasi berganda

$JK(\text{reg})$: Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

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

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

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

Apabila $r = 0$ artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 s/d -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linier dan arah hubungan dua variabel acak. Dengan melihat nilai koefisien korelasi, kita dapat menentukan seberapa erat keterkaitan antar variabel serta arah pengaruhnya, apakah positif atau negatif. Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Kurang Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2022:184)

Koefisien korelasi adalah ukuran yang menunjukkan seberapa kuat dan searah hubungan antara dua variabel. Ketika data terkumpul, kemudian dapat diaplikasikan pada pengolahan data, disajikan dalam bentuk gambar dan analisis, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap hasil rata-rata jawaban responden atau data rekapitulasi yang kemudian disusun kriteria penilaian.

3.6.3.4 Koefisien Determinasi (Kd)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan *Word of Mouth* (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan cara perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu dengan cara analisis koefisien determinasi berganda atau simultan dan analisis determinasi parsial dengan rumus sebagai berikut :

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase Kualitas Pelayanan (X_1) dan *Word of Mouth* (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

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

Keterangan :

Kd : Nilai koefisien determinasi

R^2 : Koefisien korelasi *product moment*

100% : Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b. Jika Kd mendekati angka satu (1), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan *Word of Mouth* (X_2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), secara parsial :

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

Keterangan :

β : Beta (nilai *standarlized coefficients*)

Zero Order : Matrik Korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Di mana apabila:

Kd : 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd : 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah ada cukup bukti dalam data sampel untuk mendukung suatu hipotesis

tentang populasi. Uji hipotesis merupakan suatu jawaban sementara yang bersifat praduga dan perlu dibuktikan kebenarannya. Uji hipotesis dilakukan peneliti untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Konsumen. Uji Hipotesis untuk dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

$$H_0 = y_{b_1x_1} = 0 \text{ Tidak Ada Pengaruh}$$

$$H_1 = y_{b_1x_1} \neq 0 \text{ Ada Pengaruh}$$

3.7.1 Uji Hipotesis Simultan (uji f)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel *independent* secara simultan terhadap variabel *dependent*. Uji F dilaksanakan dengan langkah membandingkan dari F_{hitung} dengan F_{tabel} . Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu $\alpha = 0,050$. Selanjutnya hipotesis F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (Berpengaruh).
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (Tidak Berpengaruh).

3.7.2 Uji Hipotesis Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel *independent* secara parsial terhadap variabel *dependent*. Uji t dilaksanakan dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan nilai T_{tabel} . Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 0,050$ nilai T_{hitung} dibandingkan dengan T_{tabel} dan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai T_{hitung} positif (+)

- a. Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (Berpengaruh).
- b. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (Tidak Berpengaruh).

Jika nilai T_{hitung} negatif (-)

- a. Jika $-T_{hitung} < -T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (Berpengaruh).
- b. Jika $-T_{hitung} > -T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (Tidak Berpengaruh).

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data atau informasi yang di operasionalisasikan dalam bentuk item atau pernyataan. Skala penyusunan kuesioner pengukuran yang digunakan yaitu skala *likert*, dimana setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Kurang setuju (KS) diberi skor 3
- d. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah perusahaan *US Barbershop* Jl. Pemuda, Majalengka Kulon, Kec Majalengka, Kab Majalengka, Jawa Barat. Survei akan dilaksanakan dalam kurun waktu satu bulan.