

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Pada sub bab ini, Metode penelitian merupakan suatu alat yang didalam pencapaian tujuannya berguna untuk memecahkan masalah penelitian. Metode penelitian menurut Sugiyono (2021:2) adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan permasalahan yang diteliti dengan cara yang sesuai dengan prosedur penelitian. Metode penelitian yang digunakan ialah melalui pendekatan kuantitatif.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada pelanggan *laundry* sepatu Calceamenta Karawang menggunakan metode survei. Dimana peneliti melakukannya untuk mendapatkan data yang sesuai untuk memecahkan masalah, pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (2021:57) survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah dari data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis". Tujuan penelitian survei adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail dengan latar belakang, sifat-sifat, serta karakteristik yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat generalisasi atau umum.

Data penelitian yang diperoleh tersebut, kemudian dianalisis secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:16) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2021:64) metode deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap nilai variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan dengan variabel lain. Maka metode deskriptif ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah nomor 1, 2 dan 3 yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan pada *laundry* sepatu Calceamenta Karawang, bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga pada *laundry* sepatu Calceamenta Karawang dan bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen menggunakan *laundry* sepatu Calceamenta Karawang.

Selanjutnya, metode verifikatif menurut Sugiyono (2021:17) adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode verifikatif ini digunakan untuk menjawab atau menguji rumusan masalah nomor 4 (Empat), yaitu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan *laundry* sepatu Calceamenta Karawang baik secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. 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 sedangkan, perihal Operasionalisasi variabel menjabarkan variabel atau sub variabel kepada konsep, dimensi, indikator yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel penelitian. Operasionalisasi variabel pada penelitian juga merupakan unsur terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil yang ada pada rumusan masalah dalam penelitian ini.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2021:67) variabel penelitian adalah suatu atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur dengan hitungan atau di observasi yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan pelajaran dan kemudian ditarik kesimpulannya menjadi keterkaitan yang berkesinambungan secara logis atau masuk di akal.

Menurut Sugiyono (2021:69) variabel bebas (*independent variable*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Selanjutnya variabel terikat (*dependent variable*) menurut Sugiyono (2021:68) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel yaitu, variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan kepuasan konsumen (Y). Variabel kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel bebas (*independent*) sedangkan kepuasan konsumen sebagai

variabel terikat (*dependent*). Berikut adalah definisi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Menurut J. Paul Petter and James H. Donnelly (2020:173) “*Service Quality is defined as the service or services delivered by the service owner in the form of convenience, speed, relationship, ability and hospitality which are addressed through attitudes and characteristics in providing quality service, so that customers feel satisfied.*”.

2. Harga (X_2)

Menurut Fandy Tjiptono (2019:210) “Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”.

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Kotler, et al., (2022:448) “*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product received performance (or outcome) in relation to his or her expectations.*” Setelah menjabarkan definisi-definisi dari setiap variabel penelitian, maka pada sub bab berikutnya peneliti akan menjabarkan secara terperinci terhadap perihal operasional variabel untuk memperjelas variabel-variabel dalam penelitian ini.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden. Selain itu, operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui ukurannya.

Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, konsep variabel, indikator, ukuran dan skala. Menurut Sugiyono (2021:221) operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel bebas pertama (X_1), harga sebagai variabel bebas kedua (X_2), dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y).

Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala. Data skala ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara klasifikasi tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan atau tingkatan operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel-variabel yang menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui klasifikasi ukurannya. Operasionalisasi variabel yang diteliti dapat di lihat sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Kualitas Pelayanan (X_1) <i>Service Quality is defined as the service or services delivered by the service owner in the form of convenience, speed, relationship, ability and hospitality which are addressed</i>	Bukti fisik (<i>tangible</i>)	Kebersihan sepatu	Tingkat kebersihan sepatu selalu terjaga dengan baik	Ordinal	1
		Kemenarikan tampilan toko	Tingkat kemenarikan toko Calceameta	Ordinal	2
	Empati (<i>empathy</i>)	Pemenuhan keinginan konsumen	Tingkat ketersediaan karyawan dalam memenuhi keinginan konsumen	Ordinal	3

Lanjutan Tabel 3.1

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item	
<p><i>through attitudes and characteristics in providing quality service, so that customers feel satisfied.</i></p> <p>J. Paul Petter and James H. Donnelly (2020:173)</p>	Keandalan (<i>reliability</i>)	Pelayanan yang ramah	Tingkat pelayanan karyawan yang ramah terhadap konsumen	Ordinal	4	
		Keterampilan pembersihan dan perawatan sepatu	Tingkat keterampilan karyawan dalam pembersihan dan perawatan sepatu konsumen	Ordinal	5	
		Kemampuan membersihkan sepatu	Tingkat kemampuan karyawan dalam membersihkan sepatu	Ordinal	6	
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Kesiapan menangani keluhan konsumen	Tingkat kesiapan karyawan dalam menangani keluhan konsumen	Ordinal	7	
		Kecepatan merespons konsumen	Tingkat kecepatan karyawan dalam merespons konsumen	Ordinal	8	
	Jaminan (<i>assurance</i>)	Jaminan kebersihan sepatu	Tingkat jaminan kebersihan sepatu yang kurang bersih	Ordinal	9	
		Jaminan keamanan	Tingkat jaminan keamanan sepatu agar tidak rusak	Ordinal	10	
	Harga (X₂)	Keterjangkauan harga	Harga yang ditawarkan terjangkau	Tingkat keterjangkauan harga Calceamenta	Ordinal	11
			Kemampuan dalam membeli produk atau jasa	Tingkat kemampuan konsumen dalam membeli	Ordinal	12

Lanjutan Tabel 3.1

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Fandy Tjiptono (2019:210)			produk atau jasa Calceamenta		
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa	Kesesuaian harga dengan pelayanan yang Didapatkan	Tingkat kesesuaian harga dengan pelayanan yang didapatkan	Ordinal	13
		Kesesuaian harga dengan hasil yang Diinginkan	Tingkat kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan konsumen	Ordinal	14
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Ordinal	15
		Harga yang Ditawarkan memiliki kesesuaian Dengan Kebutuhan	Tingkat harga yang ditawarkan memiliki kesesuaian dengan kebutuhan	Ordinal	16
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Pemberian potongan harga	Tingkat pemberian potongan harga laundry sepatu	Ordinal	17
		Harga terjangkau dibandingkan Pesaing	Tingkat keterjangkauan harga Calceamenta dengan harga pesaing	Ordinal	18
	Kepuasan konsumen (Y) <i>Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from</i>	Kinerja (Performance)	Kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan	Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan	Ordinal
Kepuasan terhadap harga yang ditawarkan			Tingkat kepuasan konsumen atas kesesuaian harga sebanding dengan	Ordinal	20

Lanjutan Tabel 3.1

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Comparing a product received performance (or outcome) in relation to his or her expectations.</i> Kotler, et al., (2022:448)	Harapan (<i>Expectation</i>)		pelayanan yang diberikan		
		Kesesuaian harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan	Tingkat kesesuaian harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan	Ordinal	21
		Kesesuaian harapan dengan harga yang ditawarkan	Tingkat kesesuaian harapan dengan harga yang diberikan	Ordinal	22

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025).

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik *Sampling*

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam sebuah penelitian dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah karakteristik yang dimiliki populasi yang disebut sampel, dan sampel penelitian diperoleh dari teknik *sampling* tertentu.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2021:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik. Berikut data konsumen *laundry* Sepatu Calceamenta pada tahun 2022 yang peneliti sajikan pada halaman selanjutnya.

Tabel 3.2
Jumlah Konsumen Laundry Sepatu Calceamenta Pada Tahun 2022

No.	Bulan	Jumlah Konsumen
1	Januari	91
2	Februari	110
3	Maret	66
4	April	156
5	Mei	128
6	Juni	99
7	Juli	143
8	Agustus	111
9	September	171
10	Oktober	125
11	November	163
12	Desember	179
Jumlah		1.542
Rata-rata		130

Sumber: Calceamenta data diolah (2024).

3.3.2 Sampel

Pengambilan sampel penelitian dalam suatu penelitian harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh dan bersifat representatif, artinya dapat mewakili karakteristik dari populasi penelitian secara keseluruhan, atau dapat menggambarkan keadaan sebenarnya. Oleh karena itu diperlukan proporsi populasi yang dapat mewakili seluruh populasi saat ini yaitu 130 konsumen. Menurut Sugiyono (2021:127) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Ketika populasi besar dan tidak mungkin peneliti untuk mempelajari segala sesuatu yang ada dalam suatu populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar

representatif atau dapat mewakili populasi. Penelitian ini mengambil sampel dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebanyak 5% dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e² = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) sebesar 5% (0,05)

Jumlah dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5% (0,05) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 95% sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar:

$$n = \frac{130}{1 + 130 (0,05)^2} = 98,11 \text{ (dibulatkan 100)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui untuk sampel dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebanyak 98,11 responden. Untuk mengoptimalkan hasil penelitian yang lebih baik maka penulis membulatkan menjadi 100 responden yang akan dijadikan ukuran sampel.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan sumber data yang sebenarnya. Menurut Sugiyono (2021:128) menjelaskan bahwa teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan ditentukan dalam penelitian. Pada dasarnya teknik *sampling* dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2021:131), *non-probability sampling* adalah teknik *sampling* yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berikut peneliti sajikan tabel karakteristik responden:

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis Kelamin	a. Perempuan b. Laki-laki
2	Usia	a. <17 Tahun b. 17-20 Tahun c. 21-25 Tahun d. >26 Tahun
3	Pekerjaan	a. Pelajar/Mahasiswa b. Pegawai Swasta c. Wirausaha d. Lainnya
4	Pendapatan	a. <Rp500.000,- b. Rp500.000 – Rp1.000.000, c. Rp1.100.000 – Rp3.000.000, d. Rp3.100.000 – Rp5.000.000, e. >Rp5.000.000,-
5	Frekuensi Membeli Jasa	a. <3 Kali b. >3 Kali

Sumber: Data Diolah Peneliti (2025).

Data karakteristik adalah batasan karakteristik responden yang akan menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling*. Adapun jenis-jenisnya yaitu *sampling* sistematis, kuota, insidental, jenuh, *purposive* dan *snowball sampling*. Teknik *non-probability sampling* yang digunakan yaitu jenis *sampling* insidental. Menurut Sugiyono (2021:133) *sampling* insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang berada dalam pengumpulan data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Menurut Sugiyono (2021:296) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 (dua) yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan suatu metode penelitian yang dilakukan secara langsung di tempat di mana fenomena yang sedang diselidiki berlangsung untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Pengamatan (*Observation*)

Menurut Sugiyono (2021:298), observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti. Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada *laundry* sepatu Calceamenta Karawang.

b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2021:304) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan *owner*, konsumen maupun karyawan *laundry* sepatu Calceamenta dengan tujuan untuk memperoleh informasi-informasi yang relevan dan mendalam tentang topik penelitian yang dilakukan.

c. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2021:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner akan diberikan kepada konsumen *laundry* sepatu *Calceamenta* melalui Penyebaran kuesioner dapat melalui secara langsung kepada responden atau *Google Form* yang disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan.

2. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data jumlah konsumen di perusahaan yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2021:156) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

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

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2021:175) pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Peneliti dalam mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus menurut Sugiyono (2021:246).

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *product moment*

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 pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah skor pengamatan variabel 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

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.

Menurut Sugiyono (2021:180) syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 ke atas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas Menilai valid atau tidaknya masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2021:177) menyatakan bahwa reliabilitas instrumen merupakan suatu syarat untuk pengujian validitas. Reliabilitas pada dasarnya digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan

jika hasil pengukuran yang dilakukan relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Reliabilitas data yang dilakukan yaitu dengan metode *Alpha Cronbach* (CA) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian, hal ini sesuai dengan tujuan peneliti yang bermaksud menguji konsistensi item-item dalam instrumen penelitian. Selanjutnya dilanjutkan dengan pengujian rumus *spearman brown*, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

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 sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{AB} = Korelasi *person product moment*

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

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

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

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

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

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

Keterangan:

r = Nilai reliabilitas

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

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

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel

Berkenaan hal tersebut keandalan suatu alat ukur dilihat dengan menggunakan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reliabilitas, yang dimana dapat dilihat bahwa apabila koefisien reliabilitas dari instrumen penelitian lebih besar dari 0,700 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel atau dengan kata lain disebut konsisten.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis karakteristik responden, mentabulasi data

berdasarkan variabel dari seluruh responden dan analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner. Setelah jawaban dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel secara keseluruhan responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Menurut Sugiyono (2021:64) analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

Peneliti melakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* menurut Sugiyono (2021:146) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan

skor, maka responden harus mendukung pertanyaan (item positif hingga item negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh responden.

Adanya skor ini dapat memberikan masing-masing jawaban pernyataan alternatif. Berikut terdapat skor skala *likert* sebagai berikut:

Tabel 3.4
Alternatif Jawaban Skala *Likert*

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

Sumber: Sugiyono (2021:147).

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan- pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pernyataan- pernyataan yang berhubungan dengan variabel *dependent* dan *independent* di atas dalam operasionalisasi variabel, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner.

Skala *likert* digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Hasil rekapitulasi jawaban nasabah akan dihitung skor rata-ratanya untuk menghitung skor rata-rata menggunakan statistik non para metrik yaitu mean. Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\sum \text{Jumlah Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor Rata - rata}$$

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

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

Keterangan:

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

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

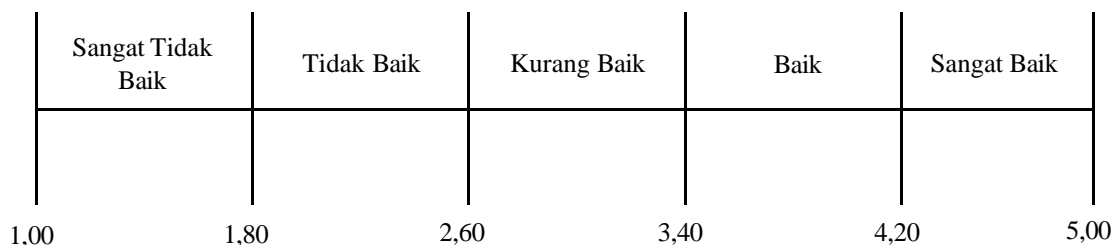
Hasil perhitungan di atas dapat diketahui kategori skala tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kategori Skala

No	Skala	Kategori
1	1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,82 - 2,60	Tidak Baik
3	2,61 - 3,40	Kurang Baik
4	3,41 - 4,20	Baik
5	4,21 - 5,00	Sangat Tidak Baik

Sumber: Sugiyono (2021).

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum
Sumber: Sugiyono (2021)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2021:17) adalah penelitian yang dilakukan sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis verifikatif bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Untuk mengetahui pengaruh tersebut, maka peneliti menggunakan beberapa metode seperti *Method Successive Interval* (MSI), analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi. Berikut peneliti uraikan metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6.2.1 *Method Of Successive Interval (MSI)*

Metode *Successive Interval* merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa skala ordinal, peneliti harus mengubah data skala ordinal tersebut menjadi skala interval. Hal ini dikarenakan peneliti menggunakan analisis linier berganda untuk mengolah data. Berikut ini merupakan langkah-langkah *Method Successive Interval (MSI)* diantaranya:

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 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. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
5. Menentukan *scale value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan sebagai berikut:

$$SV = \frac{\text{Density Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Keterangan:

SV (Scala Value) = rata-rata interval

Density at lower limit = kepadatan batas bawah

Density at upper limit = kepadatan batas atas

Area under upper limit = daerah di bawah batas atas

Area under lower limit = daerah di bawah batas bawah

6. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus:

$$y = sv + (k)$$

$$k = 1(SV_{\min})$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan program SPSS *for Windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2021:213) menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya

nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Persamaan regresi linear berganda menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Kepuasan Konsumen)

a = Bilangan Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi (Kualitas Pelayanan)

b_2 = Koefisien Regresi (Harga)

X_1 = Variabel Bebas (Kualitas Pelayanan)

X_2 = Variabel Bebas (Harga)

e = Tingkat Kesalahan (*Standar error*)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono (2021:213) analisis korelasi berganda yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel independen atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Keeratan hubungan tersebut dapat dinyatakan dengan istilah koefisien korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang disebut dengan koefisien korelasi dengan rumus yang dapat dilihat pada halaman selanjutnya.

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

Keterangan:

R = Koefisien korelasi berganda

JK(reg) = jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = 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 kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan kepuasan konsumen (Y).
- 2) Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif.
- 3) Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

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

Tabel 3.6
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2021:248)

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X_1 dan X_2 terhadap variabel Y . Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial.

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Analisis koefisien determinasi simultan (*R-square*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persentase X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (harga) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi *product moment*

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:

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

Keterangan:

Kd : Koefisien Determinasi

B : Nilai *standardized coefficients*

Zero Order : Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

100% : Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Jika $Kd = 0$, maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah.
2. Jika $Kd = 1$, maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi dapat dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan *output* SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kesalahan 5% ditentukan:

$H_1 : b_1, b_2 \neq 0$, artinya secara simultan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen *laundry* sepatu Calceamenta.

$H_0 : b_1, b_2 = 0$, artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen *laundry* sepatu Calceamenta.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima, rumus untuk menguji hipotesis dapat dilihat pada halaman selanjutnya.

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

Keterangan:

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas (independen)

n = Jumlah sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

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

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

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$: maka H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak berarti tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
 - a. $H_0 : b_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *laundry* sepatu Calceamenta.
 - b. $H_1 : b_1 \neq 0$, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *laundry* sepatu Calceamenta.

2. Harga terhadap kepuasan konsumen

- a. $H_0 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *laundry* sepatu Calceamenta.
- b. $H_1 : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *laundry* sepatu Calceamenta.

Untuk menghitung pengaruh parsial maka digunakan *T-test* dengan rumus sebagai berikut.

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

Keterangan:

$t_{\text{-hitung}}$ = statistik uji korelasi

n = jumlah sampel

r = nilai koefisien korelasi parsial

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

1. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Responden dapat memilih salah satu pernyataan yang sesuai pada jawaban alternatif yang sudah disediakan dengan skala *likert*.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat dalam penelitian ini dilaksanakan di *laundry* sepatu Calceamenta Karawang, yang berlokasi di Jl. Babakan Isam, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Adapun waktu untuk menyelesaikan penelitian ini sejak bulan Juni 2025 sampai dengan selesai