

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif. Metode Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Analisis dapat bersifat Kuantitatif atau *statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di alamat berikut :

Matahari Plaza Kabupaten Gresik Jl. Veteran No.1, Injen Timur, Gapurosukolilo, Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik, provinsi Jawa Timur, kode pos 61122

1.3. Populasi dan Sampel

1.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi juga bukan orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono 2015;117).

Menurut Indriantoro Dan Supomo (2014;115) populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karekteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang berada di Matahari department store Plaza kabupaten Gresik.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karateristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015;118). Sedangkan menurut Indriantoro Dan Supomo (2014;115) peneliti dapat meneliti seluruh elemen populasi (disebut dengan sensus) atau meneliti sebageian dari elemen-elemen populasi (disebut dengan sampel).

Menurut Roscoe yang di kutip Sugiyono (2011;129) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500, sedangkan menurut Frankel dan Wallen yang dikutip Amiyani (2016;6) menyarankan besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak 100. Maka, berdasarkan teori tersebut sampel yang menjadi acuan oleh peneliti sebanyak 100 orang ($4 \times 25 = 100$).

Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015;122). Prosedur yang digunakan adalah memakai *Insidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara langsung bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015;124). Kriteria-kriteria yang dimaksud adalah laki-laki dan perempuan.

3.4. Definisi Operasional

Berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang diajukan serta model analisis yang digunakan maka variabel yang dianalisis terdiri dari dua macam, yaitu variabel bebas (*independent variable*) diberi symbol X dan variabel tergantung (*dependent variable*) diberi symbol Y. Berikut penjelasan masing-masing variabel operasional beserta indikator-indikatornya:

1. Variabel independen X dalam penelitian ini adalah *Store Atmosphere*, Kualitas Layanan dan *Brand Image* pada Matahari department store Plaza Kabupaten Gresik.

a. *Store Atmosphere* (X_1).

Store Atmosphere merupakan situasi dalam gerai yang diupayakan oleh pengusaha untuk membuat pelanggan merasa nyaman saat berada dalam gerai tersebut sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kemungkinan pelanggan untuk kembali lagi ke toko tersebut Menurut Berman dan Evan (2010;604) . Adapun indikator *Store Atmosphere* yaitu :

1) *Eksterior* adalah bagian depan toko.

a) Area parkir.

2) *Interior* adalah bagian dalam toko.

a) Suhu ruangan.

b) Pencahayaan.

c) Kebersihan.

b. Kualitas Layanan (X_2)

Menurut Tjiptono (2012;143) menyatakan bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi.

Adapun indikatornya sebagai berikut:

- a. Fasilitas yang tersedia.
- b. Kualitas karyawan.
- c. Proses layanan.
- c. *Brand Image* (X_3)

Bagaskara (2014;23) mendefinisikan bahwa citra merek adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang sesuatu. Citra merek memiliki indikator sebagai berikut, Adapun indikator

Brand Image yaitu :

- a. Mudah dikenal.
 - b. Memiliki reputasi yang baik.
 - c. Menimbulkan hubungan emosional.
 - d. Kesetiaan pelanggan.
2. Variabel Dependent (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan. Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller dalam Ratnasari (2011;117) dinyatakan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Adapun indikator Kepuasan Pelanggan yaitu:

- a. Kesesuaian layanan dengan yang diharapkan.

- b. Kesesuaian layanan dengan tarif yang dibayarkan.
- c. Kepuasan pelanggan akan layanan tersebut.

3.5 Pengukuran Variabel

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Sugiyono (2013;134) dengan skala likert, maka variable yang akan diukur menjadi indikator variable. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

1. Katagori Sangat Setuju diberi skor = SS
2. Katagori Setuju diberi skor = S
3. Katagori Cukup Setuju diberi skor = CS
4. Katagori Tidak Setuju diberi skor = TS
5. Katagori Sangat Tidak Setuju diberi skor = STS

3.6. Jenis dan Sumber Data

3.6.1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari responden dengan menggunakan Kuisisioner. Responden yang di maksud oleh peneliti adalah pelanggan yang berkunjung ke Matahari department store Plaza Kabupaten Gresik

3.6.2. Sumber Data

Data diperoleh dari hasil kuisioner jawaban responden yang pernah melakukan transaksi berupa pembelian barang pada Matahari department store Plaza kabupaten Gresik dan dokumen - dokumen yang dibutuhkan oleh peneliti.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan metode angket (Kuisisioner) dan skala likert, yang mana responden diminta untuk memberikan jawaban pada alternatif jawaban yang ada.

3.8. Pengujian Instrumen Penelitian

3.8.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013;121) validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid Ghazali (2013;53).

r tabel didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree off reedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3.8.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur suatu kestabilan dan konsentrasi skala pengukuran. Data yang diperoleh harus menunjukkan hasil yang stabil dan konsistensi bila dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama. Untuk mengetahui konsistensi dari data yang dilakukan dengan uji reliabilitas konsistensi internal (Sugiyono, 2015; 185).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2018; 48).

3.9. Uji Asumsi Klasik

Model linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi sebagai berikut :

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan, Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari

10 dan nilai *Tolerance* (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas Ghozali (2013;106).

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011:139) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gejala heteroskedastisitas terjadi sebagai akibat ketidaksamaan data terlalu bervariasi data yang diteliti. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas Ghozali, (2005:105) salah satunya dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Dasar analisisnya adalah:

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik - titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Penyimpangan asumsi model klasik yang lain adanya heterostisiditas. Artinya adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Sebagaimana dijelaskan Ghozali (2015:110), bahwa uji

normalitas digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0.05. Sugiyono (2012;) menetapkan bahwa data dinyatakan terdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0.05.

3.10. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

3.10.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode yang digunakan adalah Regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Rumus yang digunakan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	: Kepuasan Pelanggan
a	: Konstanta
b ₁ b ₂ b ₃	: Koefisien Regresi
X ₁	: <i>Store Atmosphere</i>
X ₂	: Kualitas Layanan
X ₃	: <i>Brand Image</i>
e	: Komponen kesalahan yang diasumsikan dengan observasi

3.10.2. Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghazali (2013;97) koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variable - variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variable - variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing - masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti mengajurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresiter baik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

3.10.3. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji t hitung bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh variable bebas X terhadap variabel terikat Y (Ghozali, 2012;77).

1. Merumuskan hipotesis statistic :

$H_0 : b_1 = 0$ artinya variabel *Store Atmosphere* (X_1) tidak ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

$H_a : b_1 \neq 0$ artinya variabel *Store Atmosphere* (X_1) ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

$H_0 : b_2 = 0$ artinya variabel Kualitas Layanan (X_2) tidak ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

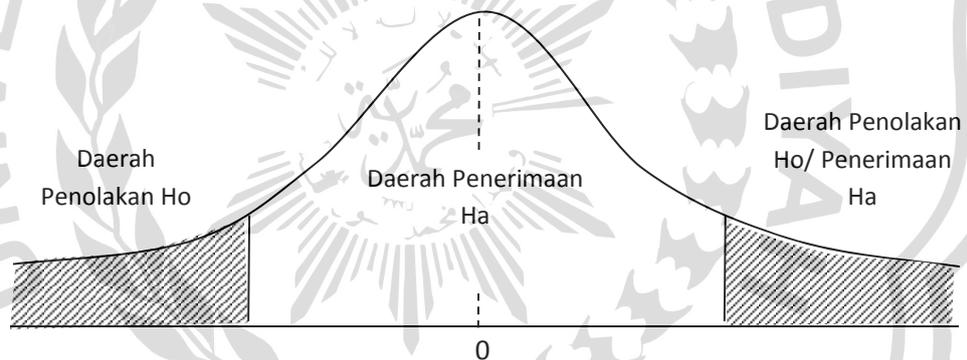
$H_a: b_2 \neq 0$ artinya variabel Kualitas Layanan (X_2) ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

$H_0: b_3 = 0$ artinya variabel *Brand Image* (X_3) tidak ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

$H_a: b_3 \neq 0$ artinya variabel *Brand Image* (X_3) ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Menentukan kriteria pengambilan keputusan :

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{table}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial ada pengaruhnya antara *Store Atmosphere* (X_1), Kualitas Layanan (X_2) dan *Brand Image* (X_3), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).



Gambar 3.1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t